Вестник
ВОРОНЕЖСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СЕРИЯ:
ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА

ВЫХОДИТ 2 РАЗА В ГОД

• СЕРИЯ: ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА. 2007, № 1 •

СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ 5

Л.В. Адонина
ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК ПРЕДМЕТ КОГНИТИВНОГО АНАЛИЗА 5

Е.О. Атланова
ОПИСАНИЕ КОНЦЕПТА НОВОЕ СЛОВО ПО ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫМ ДАННЫМ 9

К.В. Боровикова
ЖУРНАЛИСТ КАК НАБЛЮДАТЕЛЬ:
КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СПОРТИВНОГО КОММЕНТАТОРА 13

В.В. Буряченко
МИР ДВОРЯНСКОЙ УСАДЬБЫ В РОМАНЕ К. Н. ЛЕОНТЬЕВА “ПОДЛИПКИ” 18

И.М. Васильянова
АРГУМЕНТАТИВНО-ДИАЛОГИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СУДЕБНОМ ПРОЦЕССЕ 25

Т.Н. Голицына
ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ВОПРОСИТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ 29

Л. Н. Дьякова
АВТОРСКАЯ ПЕСНЯ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ЖАНР 32

Е.А. Зацепина
НОМИНАТИВНОЕ ПОЛЕ КАК ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТА 36

Л.И. Зимина
КОНТРАСТИВНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ 39

А.Б. Зотова
К ВОПРОСУ О ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ АКТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ
РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ВОСКЛИЦАТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ) 44

М.М. Иванова
КОНЦЕПТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ СОЗНАНИИ
(ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ) 50

Л.Г. Кихней, Н.В. Шмидт
В ЛАБИРИНТАХ “ПЕТЕРБУРГСКОЙ” ПОЭМЫ АХМАТОВОЙ 54

Т. П. Куранова
СТИЛИСТИЧЕСКИЙ КОНТРАСТ В РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩИХ 60

А. С. Куркина
ОБРАЩЕНИЯ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ 63

Л.Н. Лакомкина
“СТАРОСВЕТСКИЙ ХРОНОТОП” В РОМАНЕ И.С. ТУРГЕНЕВА “НОВЬ” 68

Э.А. Лазарева, М.А. Очеретина
МЕЛОДРАМАТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В АВТОРСКИХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧАХ 70

О.С. Мерцалова
ЖАНР “ХОЖЕНИЯ” В ЛИТЕРАТУРЕ РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ
(ПОВЕСТЬ И. С. ШМЕЛЕВА “БОГОМОЛЬЕ”) 74

И.Л. Новокрещенова
ПОНЯТИЕ “КОНЦЕПТ” И ЕГО ВОСТРЕБОВАННОСТЬ
В СОВРЕМЕННОМ ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИИ 77

С. М. Подвигина
ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТОВ НЕБО И НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА
В СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ РУССКОГО ЯЗЫКА 83

М.Я. Розенфельд
ОБРАЗ КАК КОМПОНЕНТ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА 87

Е.С. Скворцова
ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА: ДИСКУРСИВНОЕ
МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА СЧАСТЛИВОГО В РЕКЛАМЕ И СВЕТСКОЙ ХРОНИКЕ 92

Т.И. Скрипникова
"РУССКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ ПРАЗДНИКА"
В "КРЕСТЬЯНСКИХ" РАССКАЗАХ И.А. БУНИНА 1910-х ГОДОВ 96
Н.Е. Тарасенко
О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ РАССМОТРЕНИЯ КАТЕГОРИИ
ПАМЯТИ В ТВОРЧЕСТВЕ К. Д. ВОРОБЬЕВА 103
Л.В. Тарасова
КОМИЧЕСКИЙ МОТИВ ЛЮБОВНОГО ИСКУШЕНИЯ КАК АРЕНА
ЛИТЕРАТУРНОЙ ПОЛЕМИКИ (О ВОЗМОЖНОМ СЮЖЕТНОМ ИСТОЧНИКЕ
"РУСЛАНА И ЛЮДМИЛЫ В ЛИЦЕЙСКОЙ ПОЭЗИИ А.С. ПУШКИНА) 105
М.Ю. Шевченко
КОГНИТИВНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ 110
Е.О. Шумилова
СИМВОЛИЧЕСКИЕ ЛЕЙТМОТИВЫ В РОМАНЕ Б. ПИЛЬНЯКА "ГОЛЫЙ ГОД" 113

ЖУРНАЛИСТИКА 120
В.В. Борзенко
ИСТОРИКО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТЕАТРАЛЬНОЙ
ПЕРИОДИКИ В РОССИИ ОТ ЕЕ ЗАРОЖДЕНИЯ ДО КОНЦА XIX ВЕКА 120
О.Н. Забузов
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ – СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:
СИСТЕМНЫЙ ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ 131
Е.А. Зверева
"МЕЛОЧИ" ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ЖУРНАЛИСТА:
К ПРОБЛЕМЕ ВЫБОРА ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА В ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТНЫХ МАТЕРИАЛОВ 139
А.А. Колосов
ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПЕЧАТНЫХ СМИ:
ОБЪЕКТИВНЫЕ СЛОЖНОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ 144
О.В. Курдыбановский
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СЕТЕВЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА) 157
Т.В. Лебедева
РУССКОЕ ИСКУССТВО НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА "ЖАР-ПТИЦА" 162
Ю.Л. Мандрика
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРОВИНЦИАЛЬНОЙ КАЗЕННОЙ ПРЕССЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ "ТОМСКИХ ГУБЕРНСКИХ ВЕДОМОСТЕЙ") 168
Э.В. Могилевская
ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ
РОССИЙСКИХ СЕТЕВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ИНТЕРНЕТЕ 176
М.М. Мырзагулов
ТЕЛЕВИДЕНИЕ КЫРГЫЗСТАНА КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВА 185
Т.В. Новикова
ПРИНЦИП ТОЛЕРАНТНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ) 189
Д.Н. Перевозов
ЭССЕИЗМ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБЩЕСТВЕ 198
А.Г. Рихтер
ЗАПРЕТ ЦЕНЗУРЫ И ЗАЩИТА ПРИНЦИПА СВОБОДЫ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ 206
В.И. Сапунов
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ
ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ 218
Д. Усманова
ПОЛИТИКА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН 234
С.С. Успенская
КОЛУМНИСТИКА: ПРОБЛЕМЫ ЖАНРОВОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ 240
В.И. Штепа
ТИПОЛОГИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕССЫ НЕФТЕГАЗОВОГО
КОМПЛЕКСА РОССИИ И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ СМИ 245

НАШИ АВТОРЫ 254

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 255

CONTENT

PHILOLOGY 5

L.V. Adonina
PHRASEOLOGY IN COGNITIVE ANALYSIS 5

E.O. Atlanova
DESCRIPTION OF THE "*NEW WORD*" CONCEPT BASED ON EXPERIMENTAL DATA 9

K.V. Borovikova
JOURNALIST AS OBSERVER: THE COGNITIVE
AND DISCOURSIVE ACTIVITY OF SPORTS COMMENTATOR 13

V.V. Buriachenko
THE NOBILITY ESTATE IN THE NOVEL "PODLIPKY" BY K. LEONTIEV 18

I.M. Vasilyanova
ARGUMENTATIVE DIALOGICAL INTERACTION IN A COURT CASE 25

T. N. Golitsyna
EPISTEMOLOGICAL CLASSIFICATION OF QUESTIONS 29

L. N. Dyakova
RUSSIAN AUTHOR'S SONG AS A COMMUNICATIVE GENRE 32

E.A. Zatzepina
NOMINATIVE FIELD AS CONCEPT OBJECTIVATION 36

L.I. Zimina
CONTRASTIVE ANALYSIS OF PHRASEOLOGY 39

A.B. Zotova
TOWARDS THE THEORY OF SPEECH ACTS
(ON THE BASIS OF RUSSIAN AND ENGLISH EXCLAMATORY SENTENCES) 44

M. M. Ivanova
CONCEPT *BUSINESSMAN* IN CONTEMPORARY RUSSIAN CONSCIOUSNESS 50

L.G. Kikhney, N.V. Shcmydt
IN THE MAZES OF AKHMATOVA'S POEM ABOUT PETERSBURG 54

T. P. Kuranova
STYLISTIC CONTRAST IN SPEECH OF TV MODERATORS 60

A.S. Kurkina
APPELLATIVES AS PROPERTY OF COMMUNICATIVE PERSONALITY 63

L. N. Lakomkina
"THE OLD WORLD'S SPATIAL-TEMPORAL RELATIONS"
IN THE NOVEL BY I. S. TURGENEV "NEW DAYS" 68

E. A. Lazareva, M.A. Ocheretina
MELODRAMATIC MOTIVES IN AUTHOR'S TELEVISION BROADCASTS 70

O.S. Mertsalova
GENRE OF PILGRIMAGE IN RUSSIAN EMIGRE LITERATURE
(I.S. SHMELEV'S SHORT NOVEL 'PILGRIMAGE') 74

I.L. Novokreshenova
THE NOTION "CONCEPT" AND IT'S DEMAND IN MODERN LITERARY STUDIES 77

S.M. Podvigina
LEXICO-PHRASEOLOGICAL REPRESENTATION OF CONCEPTS
"SKY" AND "HEAVENLY BODY" IN THE SEMANTIC SPACE OF RUSSIAN LANGUAGE 83

M.Ya. Rosenfeld
IMAGE AS A COMPONENT OF WORD MEANING 87

E.S. Skvortsova
TECHNOLOGIZATION OF MASS-MEDIA DISCOURSE: HAPPY PERSON MODELING
IN ADVERTISEMENTS AND WOMEN'S MAGAZINES 92

T.I. Skripnikova
CHARACTERISTIC FEATURES OF RUSSIAN PEASANTS' LIFE IN THE LITERARY
PWORKS OF I. BUNIN (1900-1916) 96

N.E. Tarasenko
ABOUT SOME ASPEKTS OF DISCUSSING THE MEMORY CATEGORY IN VOROBJEV'S WORKS 103

L.V.Tarasova
COMIC MOTIVE OF THE LOVE TEMPTATION AS ARENA OF LITERARY POLEMICS (ON THE PROBABLE SUBJECT SOURCE "RUSLAN AND LUDMILA" IN COLLEGE PUSHKIN'S POETRY) 105
M.Yu. Shevchenko
COGNITIVE INTERPRETATION OF EXPERIMENTAL STUDIES 110
E.O.Shumilova
SYMBOLICAL LEITMOTIVES IN B. PIL'NJAK'S NOVEL "NAKED YEAR " 113

ЖУРНАЛИСТИКА 120
V.V.Borzenko
THE HISTORICAL AND TYPOLOGICAL ANALYSIS OF DEVELOPMENT THEATRICAL THE PERIODICAL PRESSES IN RUSSIA FROM ITS ORIGIN UP TO THE END OF XIX CENTURY 120
O.N. Zabuzov
PUBLIC COMMUNICATION—MASS MEDIA: THE SYSTEMATIC FACTOR OF THE SOCIETY'S POLITICAL GOVERNMENT 131
E.A. Zvereva
MINOR ISSUES OF JOURNALIST'S PROFESSIONAL CULTURE: THE PROBLEM OF CHOICE OF LANGUAGE SIGN IN NEWSPAPER HEADLINES 139
A.A.Kolosov
THE VISUAL COMMUNICATIONS IN PRINTED MASS-MEDIA: OBJECTIVE COMPLEXITIES OF BECOMING 144
O.V. Kurdibanovsky
POLITICAL JOURNALISM IN THE INTERNET MEDIA BY THE EXAMPLE OF SAINT PETERSBURG 157
T.V.Lebedeva
RUSSIAN ART ON PAGES OF MAGAZINE "FIREBIRD" 162
J.L.Mandrika
ECONOMIC SITUATION OF PROVINCIAL STATE PRESS (ON A MATERIAL OF "TOMSK PROVINCIAL SHEETS") 168
E.V. Mogilevskaya
THE FUNCTIONAL-TYPOLOGICAL REVIEW MODERN THE RUSSIAN NETWORK NEWS AGENCIES IN THE INTERNET 176
M.M. Myrzagulov
TV OF KIRGHIZSTAN AS AN ELEMENT OF POLITICAL SYSTEM OF A SOCIETY 185
T.V.Novikova
PRINCIPLE OF TOLERANCE IN PROFESSIONAL ACTIVITY OF JOURNALISTS (THE ANALYSIS OF TEXT MATERIALS) 189
D.N. Perevozov
ESSEISM IN NOWADAYS MODERN INFORMATIVELY-ORIENTED SOCIETY 198
A.G. Richter
BAN ON CENSORSHIP AND PROTECTION OF THE FREEDOM OF THE MASS INFORMATION PRINCIPLE IN POST-SOVIET COUNTRIES 206
V.I.Sapunov
SOME ASPECTS OF THE POLITICAL ECONOMY OF GLOBALISATION INFORMATION PROCESSES 218
D.Usmanova
POLITICS IN THE INFORMATION FIELD REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN 232
S.S. Uspenskaya
COLUMNISM: PROBLEMS OF GENRE IDENTIFICATION 240
V.I.Shtepa
TYPOLOGY OF CORPORATE PRESS OIL COMPANY OF RUSSIA AND ITS PLACE IN THE MEDIA 246

OUR AUTHORS 254

RULES FOR AUTHORS 255

ФИЛОЛОГИЯ

ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК ПРЕДМЕТ КОГНИТИВНОГО АНАЛИЗА

© 2007 Л.В. Адонина

Воронежский государственный университет

Анализ фразеологической объективации концепта является одним из источников сведений о содержании и структуре концепта. Покажем на примере фразеологической объективации концепта *женщина* в русском языке методику использования фразеологии как источника сведений о когнитивных признаках концепта.

На первом этапе исследования составляется список фразеологических объективаций концепта. Так, нами методом сплошной выборки из фразеологических словарей русского языка, основным из которых стал Фразеологический словарь русского языка под редакцией А. И. Молоткова (1986), получены 82 ФЕ, объективирующих различные стороны концепта *женщина*. Это следующие единицы:

1. Баба-яга. Разг. Презр. О злой, сварливой или безобразной женщине.

2. Бабушка (еще) надвое сказала. **Неизвестно, еще будет так или нет, удастся ли, осуществится ли.**

3. Бабушка ворожит. Все удается, дается легко.

4. Бабушкины сказки. Вымысел, выдумки, небылицы.

5. Бабье лето. 1. Ясные теплые дни ранней осени. 2. Перен. Период расцвета женщины в зрелом возрасте.

6. Бабьи сказки. Вымысел, выдумки, небылицы.

7. Базарная баба. **Груб.-прост. крикливый, грубый, вздорный человек; скандалист.**

8. Божий одуванчик. Старый человек, чаще женщина.

9. Бой-баба. Женщина бойкая, разбитная, решительная.

10. В девицах (о девушках), в девушках. Прост. Не замужем, незамужней (оставаться, сидеть, насидеться, засидеться и т. п.)

11. В интересном (счастливом, в таком) положении. Устар. Беременна.

12. В костюме Евы. Нагишом, без всякой одежды. О женщине.

13. В чем мать родила. Прост. 1. Нагишом, без всякой одежды. 2. Без денег, состояния, имущества и т. п.

14. В юбке. Разг. шутл. или ирон. устар. Обычно равнозначно слову “женщина”.

15. Вавилонская блудница. Книжн. Крайне развращенная, распутная женщина.

16. Ваша сестра. Вы и вам подобные женщины. Все вы, женщины.

17. Верная подруга. Жена, супруга.

18. Добродетельная мать. Устар. Наделенная добродетелями, высоконравственная женщина.

19. Вешаться на шею. 1. Приставать с ласками, нежностями и т. п. 2. Навязываться, усиленно добиваться расположения, взаимности, любви. О женщине по отношению к мужчине.

20. Вкруг ракитова кустика венчана. Устар. Ирон. О том, кто находится во внебрачной, незаконной связи.

21. Вот тебе бабушка и Юрьев день – неожиданная напасть, разочарование.

22. Дама сердца. Шутл. Ирон. Возлюбленная.

23. Делать авансы. Давать понять, делать намеки на возможность ухаживания, сближения и т. п. О женщине по отношению к мужчине.

24. Держаться за (бабью) юбку. Быть в подчинении у женщины, в полной зависимости от нее. О мужчине.

25. Дочь Евы. Книжн. шутл. устар. Женщина, страдающая излишним любопытством.

26. Дражайшая половина. Шутл. Супруг или супруга, жена или муж. Чаще о жене.

27. Драная кошка. Груб. – прост. Худая, изможденная женщина.

28. Женская логика. Шутл., ирон. О суждениях, лишенных строгой последовательности, логичности, основанных на чувстве, а не на доводах рассудка.

29. Женский вопрос. Вопрос о положении женщины в обществе, женском труде, уравнении женщин в гражданских правах с мужчинами.

30. Женщина легкого поведения. Проститутка, кокотка.

31. Жрица любви. Книжн. шутл. Женщина легкого поведения.

32. Змея подколодная. Груб.-прост. Злобный, коварный, опасный человек. Обычно о женщине.

33. Знойная (жаркая, горячая) женщина. Темпераментная, страстная.

34. Интересное положение. Устар. Беременность.

35. К чертовой бабушке. **Прост. Прочь, долой, вон.**

36. К чертовой матери. **Прост. Прочь, долой, вон.**

37. Кисейная барышня. Пренебр. Изнеженный, не приспособленный к жизни человек.

38. Классная дама. Доревол. Воспитательница в женских средних учебных заведениях.

39. Королева красоты. Шутл., ирон. Очень красивая женщина.

40. Королева сердец. Шутл., ирон. Женщина, имеющая успех у мужчин.

41. Красная девица (девушка, девка). Слишком робкий, застенчивый молодой человек.

42. Маланьина свадьба. Как на Маланьину свадьбу. В изобилии, в очень большом количестве, очень много (готовить, наготовить, наварить и т. п.)

43. Маменькина дочка. Избалованная, изнеженная девочка, девушка.

44. Мать честная! Прост. Восклицание, выражающее избыток каких-либо чувств: изумления, испуга, радости и т. п.

45. На булавки / на иголки. Устар. На мелкие расходы. О деньгах.

46. На сносях. Прост. На последнем месяце беременности, скоро должна родить.

47. Наставлять рога кому. 1. Изменять мужу, сожительствуя с другим мужчиной. 2. Оскорблять, унижать достоинство другого мужчины, сожительством с его женой.

48. Наша сестра. Мы и нам подобные женщины. Все мы, женщины.

49. Отдавать руку чью кому. Отдать руку чью кому. Устар. Соглашаться выдать замуж за кого-либо.

50. Отдать руку и сердце. Устар. Соглашаться выйти замуж за кого-либо.

51. Отказать от руки (в руке) кому**.** Устар. Не давать согласия на брак.

52. Переезжая сваха. Человек, часто меняющий место жительства, пребывания и т. п.

53. Писаная красавица. Очень красивая женщина.

54. По матушке. Матерно (ругать, обругать, ругаться и т. п.)

55. Под башмаком. В полной зависимости, беспрекословном подчинении (быть, находиться). Обычно о зависимости мужа от жены.

56. Подруга жизни /спутница жизни. Жена, Супруга.

57. Показать кузькину мать *кому*. Прост. Проучить, жестоко наказать кого-либо; всыпать кому-либо.

58. Покорительница сердец. Шутл., ирон. Женщина, имеющая успех у мужчин.

59. Придворная дама. Чиновница двора, служащая.

60. Принцесса на горошине. Капризная женщина.

61. Принцесса недотрога. Сердитая, брюзгливая, обидчивая женщина, которой нельзя дотронуться.

62. Просить руки кого, чьей. Обращаться с предложением к девушке или к ее родителям дать согласие на брак с ней.

63. Публичная женщина. Книжн. Проститутка.

64. Разрешиться от бремени. 1. Книжн. Рожать (ребенка, детеныша). 2. чем. Шутл. Создавать что-либо после долгих приготовлений и усилий. Обычно о книге, сочинении и т. п.

65. Роковая женщина. Очень красивая женщина.

66. Сама себе хозяйка / госпожа. О независимом поведении.

67. Сдобная, аппетитная женщина. Скабрез. Аппетитная, лакомая, заманчивая.

68. Синий чулок. Пренебр., презрит. Женщина, лишенная женственности, обаяния и всецело поглощенная книжными, учеными интересами.

69. Слабый (нежный, прекрасный) пол. Женщины.

70. Снежная баба. Кукла из снега.

71. Соломенная вдова. Женщина, не живущая с мужем.

72. Свой парень. О женщине, девушке, девочке. Близкий по взглядам, убеждениям, интересам человек.

73. Старая дева. Не замужем, незамужней (оставаться, сидеть, насидеться, засидеться и т. п.).

74. Старая хрычовка. Бранное выражение в адрес пожилой женщины.

75. Талия в рюмочку. Очень тонкая, изящная.

76. Трепать юбки (хвосты, хвост). Устар. Вести распутную жизнь, распутничать.

77. Ходить по рукам. Пойти по рукам. 1. Переходить от одного к другому, быть в пользовании то у одного, то у другого. 2. Вступать в половые сношения то с одним, то с другим и т. п. мужчиной.

78. Христова невеста. Устар. Монахиня.

79. Царевна Несмеяна. Неулыба, которую нельзя ничем рассмешить.

80. Чертова кукла. Груб.-прост. Бранное выражение в адрес кого-либо, чаще женщины.

81. Чертова / старая перечница. Груб-прост. Бранное выражение в адрес кого-либо, обычно злой, сварливой старой женщины.

82. Шерочка с машерочкой. Шутл. Женщина с женщиной в одной паре. О женщинах, танцующих в одной паре, обычно из-за отсутствия мужчин.

Анализ языкового материала в количестве более 4 000 фразеологических единиц показал, что количество фразеологизмов с женскими референтами сравнительно невелико. В отдельных фразеологических единицах произошло обобщение "женской" семантики до обозначения любого человека – *базарная баба, переезжая сваха;* ряд фразеологических единиц являются отрицательно коннотированными единицами с "женской" внутренней формой для называния мужчин: *красная девица, кисейная барышня;* характеристикой мужского поведения – *держаться за (бабью) юбку; под башмаком;* ругательствами – *к чертовой бабушке, к чертовой матери, чертова кукла*; выражением эмоций – *Вот тебе бабушка и Юрьев день;* характеристикой действий – *по матушке (ругаться), показать кузькину мать;* артефактами – *снежная баба*, не относящимися конкретно к женщинам и не указывающими на них.

Далее проводится когнитивная интерпретация семантики выделенных фразеологических единиц. Использование методики когнитивной интерпретации [1] позволяет выявить следующие фразеологически объективированные когнитивные признаки концепта *женщина*:

порочная (7) – *женщина легкого поведения; жрица любви; публичная женщина; вавилонская блудница; трепать юбки (хвосты, хвост); ходить по рукам / пойти по рукам; наставлять рога;*

состоящая в замужестве (4) – *подруга жизни; спутница жизни; верная подруга; дражайшая половина;*

не замужем (4) – *в девицах (о девушках), в девушках, в девках; старая дева (девка);*

красивая (3) – *королева красоты, писаная красавица, роковая женщина;*

злая (2) – *змея подколодная; баба-яга;*

старая (3) – *старая перечница, божий одуванчик, старая хрычовка.*

беременная (3) – *в интересном (счастливом, в таком) положении; интересное положение; на сносях;*

говорит неправду (3) – *бабушка (еще) надвое сказала, бабушкины сказки, бабьи сказки;*

женский пол (4) – *слабый (нежный, прекрасный) пол; ваша сестра; наша сестра; в юбке.*

социальное положение: занимает официальные должности (2) – *придворная дама; классная дама;*

дает обет безбрачия (1) – *христова невеста;*

способная очаровать (2) – *королева сердец; покорительница сердец;*

некрасивая (1) – *драная кошка;*

без одежды (2) – *в костюме Евы, в чем мать родила*;

решает, вступать ли в брак: согласна на вступление в брак (2) – *отдавать / отдать руку (и сердце);* не согласна на вступление в брак (1) *отказать / отказывать от руки (в руке);*

образцовая (1) – *добродетельная мать;*

независимая (1) – *сама себе хозяйка / госпожа;*

активная (1) – *бой-баба;*

скандальная (1) – *базарная баба,*

любопытная (1) – *дочь Евы;*

кокетливая (1) – *делать авансы;*

навязчивая (1) – *вешаться на шею*;

изнеженная (1) – *маменькина дочка;*

капризная (1) – *принцесса на горошине;*

необщительная (1) – *принцесса недотрога.*

состоящая в неофициальных отношениях (1) – *вкруг ракитова кустика венчана;*

находящаяся в разводе (1) – *соломенная вдова.*

безвкусно одета (1) – *синий чулок*;

тонкая талия (1) – *талия в рюмочку.*

сварливая (1) – *чертова / старая перечница,*

зрелая (1) – *бабье лето,*

родившая (1) – *разрешиться от бремени.*

нелогичная (1 пример) – *женская логика,*

танцует с женщинами (1) – *шерочка с машерочкой;*

умеет лечить (1) – *бабушка ворожит.*

страстная (1)- *знойная (жаркая, горячая) женщина.*

грустная (1) – *Царевна Несмеяна.*

сексуальная (1) – *сдобная, аппетитная женщина.*

предмет любви мужчины (1) – *дама сердца.*

Таким образом, рассмотрение фразеологического фонда русского языка, являющегося одним из фрагментов русской языковой картины мира, позволило выявить набор когнитивных признаков концепта *женщина*, а также установить, что наиболее яркими когнитивными признаками исследуемого концепта, имеющими фразеологическую объективацию, являются признаки, имеющие множественную фразеологическую объективацию – поведенческие характеристики женщины, ее семейный статус,

внешний вид и ее репродуктивная функция. Актуализирующиеся фразеологическими единицами в языковом сознании русского народа признаки концепта “женщина” обладают как положительной, так и отрицательной оценочностью, но преобладание негативной оценочности женщины незначительно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Когнитивная интерпретация результатов лингвистических исследований / И. А. Стернин // Новое в когнитивной лингвистике / Под ред. М. В. Пименовой. – Кемерово, 2006. – С. 155-163.

Рецензент – И. А. Стернин.
Статья принята к печати 9 сентября 2006 г.

ОПИСАНИЕ КОНЦЕПТА *НОВОЕ СЛОВО* ПО ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫМ ДАННЫМ

© 2007 Е.О. Атланова

Воронежский государственный университет

Словарь Ожегова и Шведовой определяет "новый" как: 1. впервые созданный или сделанный, появившийся или возникший недавно, взамен прежнего, вновь открытый; 2. относящийся к ближайшему прошлому или к настоящему времени; 3. недостаточно знакомый, малоизвестный [1, 411]. Таково лексикографическое значение слова *новый* в современном русском языке. Помимо лексикографического значения, выделяют психологически реальное значение слова [2, 4]. Следует отметить, что данный тип значения гораздо шире и объемней, чем лексикографическое значение. Содержание же концепта шире как лексикографического, так и психологически реального значения слова [2, 5].

Для исследования концепта в языке велика роль эксперимента как основополагающего метода исследования в психолингвистике и лингвокогнитологии. Различные экспериментальные методики могут быть использованы для непосредственного анализа содержания концепта, выделения и описания когнитивных признаков, его образующих. Выделяют следующие виды экспериментальных методик: направленный и свободный ассоциативный эксперименты, метод подбора симиляров и оппозитов, перцептивный эксперимент. Помимо перечисленных методик, довольно успешно себя зарекомендовал рецептивный эксперимент. *Рецептивный эксперимент* – это эксперимент на понимание, восприятие концепта, его субъективную дефиницию [2, 131].

Предметом нашего исследования является концепт *новое слово*. Исследование проводилось методом анкетирования. Информантам предлагалось закончить фразу: *новое слово – это* ... Данный прием позволяет получить интересную информацию о восприятии, содержании и трактовке данного концепта когнитивным сознанием.

Было опрошено 150 человек и получено 310 реакций, которые были упорядочены по степени яркости:

значения не знаю 62; не слышал 35; слышу впервые 25; не употребляю в речи 18; не встречал 14; слово для обозначения новых предметов вещей 13; непонятное (смысл, написание, произношение); заимствование 12; требует обращения к словарю 6; вызывает интерес; отсутствует в моем словарном запасе; термин; неологизм 5; новинка, новообразование, новшество в лексиконе; пришедшее из другого языка; сленг; слово знакомое в одном лексическом значении, но незнакомое в другом; появилось в разговорной речи недавно; есть повод задуматься; слово, появившееся недавно 3; заграничное; иностранное слово; не всегда зафиксировано в словаре; не вызывающее никаких ассоциаций; появилось в языке недавно; старое слово, звучащее по-новому; требующее специальных знаний для понимания значения 2; английское; варваризм; возникает в языке и речи с развитием науки и техники, жизни; все чаще употребляется в речи, СМИ; вызывает сложности в сочетании с другими словами; диалектизм; дополнительная ступень к познанию нового; жаргонизм; зарубежное; значение которого определилось недавно; имеющее различные смысловые значения; интересное звучание, сочетание букв; информация об объекте; источник информации, путь к познанию нового; малоизвестное; малоупотребительное; не вошедшее в слой употребительной лексики; не вызывающее никаких эмоций; не русское; не является моей активной лексикой; неизвестное доселе; неизвестное сочетание звуков, значение, которых мне не известно; непривычное звуковое сочетание; нет ассоциативных связей; новое для восприятия; новое слово в науке; относится к новым сферам деятельности; нынешний лексикон перемешался с языком зеков и заграничными словами; появляется с развитием индустрии; путь к познанию; пытаюсь понять его суть; развивает интеллект; редко встречается в контексте; редко употребляющееся, с незнакомым значением; символьное со-

ответствие какому-то новому изобретению; слово, появившееся в разговорной речи; словарное толкование вызывает удивление или непонимание; слово с необычным звучанием, сочетанием букв; слово; слово, которое вновь возникло в языке; слово, незафиксированное в словаре; слово, образованное при основе старого, при помощи суффиксов, приставок; старое, избитое в иностранном произношении (собрание – сейшн), то слово, которое можно произнести по-русски, произносится в иностранной интерпретации; сфера употребления не известна, выявляется из контекста; то, что никогда раньше сказано не было; узнал значение недавно; хочется узнать; что-то необычное, чего не знала раньше; это хорошо!; жвачка; менеджер; блокбастер; альтернатива; модернизация; аутлук; концепт – 1; отказ 1.

Следующим этапом нашего исследования явилась когнитивная интерпретация полученных данных. Когнитивная интерпретация результатов эксперимента предполагает, что на основе анализа и обобщения значений полученных ассоциативных реакций формулируются *когнитивные признаки* в виде набора утверждений о концепте [2, 140].

Были выявлены следующие когнитивные признаки:

1. имеет неизвестное мне значение 148: *значения не знаю 62; не слышал 35; слышу впервые 25; не встречал 14; непонятное (смысл, написание, произношение) 12;*

2. неупотребительно в моей речи 24: *не употребляю в речи 18; отсутствует в моем словарном запасе 5; не является моей активной лексикой 1;*

3. заставляет задуматься о значении 21: *требует обращения к словарю 6; вызывает интерес 5; есть повод задуматься; путь к познанию нового 2; дополнительная ступень к познанию нового; источник информации; новое для восприятия; пытаюсь понять его суть; развивает интеллект; хочется узнать 1;*

4. заимствовано из другого языка 16: *заимствование 12; английское, пришедшее из другого языка, заграничное, зарубежное 1;*

6. обозначает новый предмет 14: *слово для обозначения новых предметов, вещей 13, относится к новым сферам деятельности 1;*

7. появилось в языке недавно 14: *слово, появившееся недавно 10; появилось в разговорной речи недавно; появилось в языке недавно 2;*

8. идентифицируется конкретными примерами 7: *жвачка; менеджер; блокбастер; альтернатива; модернизация; аутлук; концепт 1;*

9. приобрело новое значение 5: *слово, знакомое в одном лексическом значении, но незнакомое в другом 3; старое слово, звучащее по-новому, имеющее различные смысловые значения 1; значение которого определилось недавно 1;*

10. принадлежит к терминологии 5: *термин 5;*

11. имеет непривычное звучание 4: *интересное звучание, сочетание букв; неизвестное сочетание звуков, значение которых мне не известно; непривычное звуковое сочетание; слово с необычным звучанием, сочетанием букв 1;*

12. малоупотребительное 4: *редко встречается в контексте, редко употребляется, малоизвестное, малоупотребительное 1;*

13. принадлежит к сленгу 3: *сленг 3;*

14. возникает с прогрессом жизни, науки, техники, промышленности, 3: *появляется с развитием индустрии; возникает в языке с развитием науки, техники; новое слово в науке; символьное соответствие какому-то новому изобретению 1;*

15. не зафиксировано в словарях 3: *не всегда зафиксировано в словаре 2; не зафиксированное в словаре 1;*

16. требующее специальных знаний для понимания значения 2: *требующее специальных знаний для понимания значения 2;*

17. ни с чем не ассоциируется 2: *не вызывает никаких ассоциаций; нет ассоциативных связей 1;*

18. образовано из старого 1: *слово, образованное при основе старого, при помощи суффиксов, приставок 1;*

19. принадлежит к жаргону 1: *жаргонизм 1;*

20. является варваризмом 1: *варваризм 1;*

21. вызывает сложность в сочетаемости с другими словами 1: *сложность в сочетаемости с другими словами 1;*

22. является диалектизмом 1: *диалектизм 1.*

23. оценивается положительно! 1: *это хорошо!*

Не интерпретируются как когнитивные признаки синонимические реакции 8: *неологизм 5; новинка, новообразование, новшество в лексиконе 3.*

Данный список когнитивных признаков позволяет построить модель концепта *новое слово* в языковом сознании, выделив *ядро, ближнюю, дальнюю и крайнюю периферии:*

ядро – *имеет неизвестное мне значение 148;*

ближняя периферия – *неупотребительно в моей речи 24; заставляет задуматься о содержании 21; заимствовано из другого языка 16; появилось в языке недавно 14; обозначает новый предмет 13;*

дальняя периферия – *идентифицируется конкретными примерами ((жвачка, менеджер, блокбастер, альтернатива, модернизация, аутлук, концепт) 7; принадлежит к терминологии; приобрело новое значение 5; имеет непривычное звучание; малоупотребительное 4; принадлежит к сленгу; возникает с прогрессом жизни, науки,*

техники, промышленности; не зафиксировано в словарях 3;

крайняя периферия – *требующее специальных знаний для понимания значения; ни с чем не ассоциируется 2; образовано из старого; вызывает сложность в сочетаемости с другими словами; принадлежит к жаргону; является варваризмом; является диалектизмом; оценивается положительно 1.*

Следующим этапом моделирования концепта является описание макроструктуры концепта. Выявленные когнитивные признаки были распределены по основным структурным компонентам концепта – образному компоненту, информационному содержанию и интерпретационному полю.

ОБРАЗНОЕ СОДЕРЖАНИЕ КОНЦЕПТА

Образное содержание концепта включает перцептивный образ, отражающий чувственные представления людей *о новом слове* (кодирующий образ УПК, по Н. И. Жинкину и И. Н. Горелову), а также когнитивный образ, который отражает смысловые связи (метафорические, метонимические) содержания концепта с другими концептами [3, 194].

Перцептивный образ**:** имеет непривычное звучание 4: *интересное звучание, сочетание букв; неизвестное сочетание звуков, значение которых мне не известно; непривычное звуковое сочетание; слово с необычным звучанием, сочетанием букв 1.*

Отметим отсутствие, по данным, полученным нами в результате эксперимента, образов тактильного, вкусового, зрительного, обонятельного характера в образном содержании концепта.

Звуковой образ составляет 1,5 % от общего числа актуализованных в эксперименте когнитивных признаков, что вычисляется как процентное отношение количества актуализованных в эксперименте испытуемыми образных когнитивных признаков (в нашем случае 4) к количеству всех актуализованных испытуемыми в эксперименте когнитивных признаков, которое определяется через сумму ассоциатов, объективировавших в эксперименте все выделенные когнитивные признаки (в нашем случае 272).

Когнитивных образов не зафиксировано.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОДЕРЖАНИЕ КОНЦЕПТА

Информационное содержание концепта образуется когнитивными признаками, характеризующими сущность и дифференциальные составляющие исследуемого концепта [3, 196].

К информационному содержанию концепта относятся следующие когнитивные признаки:

появилось в языке недавно 14; приобрело новое значение 5; образовано из старого 1.

Информационное содержание составляет 7,4 % когнитивного содержания концепта.

ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ ПОЛЕ

В интерпретационное поле концепта входят следующие когнитивные признаки.

Общеоценочная зона. Оценивается положительно 1 (0,3 %).

Прагматическая зона. Имеет неизвестное мне значение 148; неупотребительно в моей речи 24; заставляет задуматься о значении 21; имеет непривычное звучание 4; малоупотребительное 4; не зафиксировано в словарях 3; требующее специальных знаний для понимания значения 2; ни с чем не ассоциируется 2; вызывает сложность в сочетаемости с другими словами 1 (79 %).

Энциклопедическая зона. Заимствовано из другого языка 16; обозначает новый предмет 14; принадлежит к терминологии 5; принадлежит к сленгу 3; возникает с прогрессом жизни, науки, техники, промышленности 3; принадлежит к жаргону 1; является варваризмом 1; является диалектизмом 1(18 %).

Идентификационная зона. Идентифицируется конкретными примерами 7: (*жвачка; менеджер; блокбастер; альтернатива; модернизация; аутлук; концепт 1)* – 2,7 %.

Использованная экспериментальная методика позволила выявить содержание концепта *новое слово* в языковом сознании носителей языка и ранжировать образующие концепт признаки, что, в свою очередь, позволило построить модель исследуемого концепта, выделив ядро, ближнюю, дальнюю и крайнюю периферии, а также структурные составляющие концепта: образное, информационное и интерпретационное поля.

Можно сделать следующие выводы. Концепт *новое слово* в русском языковом сознании – это малообразный концепт, в котором абсолютно преобладает прагматическое содержание, практически неоценочный, со слабо выраженной энциклопедической зоной.

Языковое сознание рядового носителя языка новым словом считает прежде всего не недавно вошедшее в язык слово, как этот термин понимают филологи, а как слово, которое субъективно ему, носителю языка, неизвестно.

Это объясняет, почему наличие большого количества новых слов вызывает в обществе раздражение: не столько потому, что эти слова, к

примеру, приходят из иностранных языков, и даже не потому, что их очень много появилось за короткий период времени, а потому, что рядовой носитель языка *не понимает* новые слова, составляющие в современном языке значительную часть употребительной лексики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: АЗЪ, 1994. – 928 с.

2. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2006. – 226 с.

3. Стернин И.А. Семасиология и лингвоконцептология / Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Язык и национальное сознание. – Вып. 8. – Воронеж: Истоки, 2006. – С. 4-8.

Рецензент – И. А. Стернин.
Статья принята к печати 12.12.2006.

ЖУРНАЛИСТ КАК НАБЛЮДАТЕЛЬ: КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СПОРТИВНОГО КОММЕНТАТОРА

© 2007 К.В. Боровикова

Иркутский государственный лингвистический университет

Целью настоящей статьи является анализ когнитивно-дискурсивной деятельности спортивного комментатора, выступающего наблюдателем разворачивающихся у него перед глазами спортивных событий.

По мнению Б. Я. Мисонжникова, "мы наблюдаем в диалектическом отношении исключительно показательную и отмеченную особым напряжением ситуацию. Ее характеризуют, с одной стороны, острое противостояние, а с другой – взаимоприспособление и даже взаимопроникновение и сращение разных по типу СМИ – печатных и электронных" [3, 428]. В качестве подтверждения приводится факт активного объединения газетных и компьютерных суперконцернов. Новые информационные технологии обеспечивают доступ к мгновенной информации (on-the spot information), достигая максимума оперативности и полноты охвата событий в мире. Сотни газет публикуются на специальных сайтах Интернет, что позволяет резко увеличить читательскую аудиторию, поднять оперативность – крупнейшие печатные издания размещают на Web-страницах свежие выпуски даже накануне появления печатного варианта. Web-публикации сопровождаются дополнительной текстовой информацией, часто предоставляя специальное аудио- и видеосопровождение в режиме реального времени [3].

Происходящие изменения касаются и спортивных новостей, которые представляют собой особый тип новостей – либо информацию об уже состоявшихся спортивных событиях, часто с элементами анализа и комментирования, либо репортаж или, другими словами, прямую трансляцию спортивного события [2, 50-52].

В традиционных СМИ спортивный новостной дискурс представляет новости второго плана, сопровождающие основные новости. Вместе с тем для очень многих людей спортивные новости вовсе не являются второстепенными, дополнительными, а занимают приоритетное положение. В традиционной классификации новостей на "твердые" и "мягкие" (hard and soft news), то есть на "серьезные" и "интересные", спортивные сообщения попадают в рубрику интересных [6]. Однако миллионы наших современников воспринимают спортивные новости как наиболее для них серьезные.

В настоящее время все более активной формой кибержурналистики становятся прямые репортажи о спортивных событиях в Интернете. Прямые трансляции спортивных соревнований доступны для интернет-пользователей как в аудио-, так и в видеорежиме, а также в виде текстового комментария. Рассмотрим пример такого репортажа – репортаж о футбольном матче между командами Португалии и Анголы, который передавался на сайте http://www.sportinglife.com/football/live/reports/ 11 июня 2006 г. как прямая трансляция матча, проходившего в рамках чемпионата мира по футболу. Он сопровождался видеоизображением, так что пользователи Интернета могли одновременно видеть игру и слушать комментарий журналиста.

С самого начала комментирования рассматриваемого матча становится очевидным, что репортаж не только осуществляется профессиональным наблюдателем-журналистом, но и предполагает не менее профессиональных со-наблюдателей – смотрящих и слушающих. Предварительная информация *(pre-match)* содержит имена собственные и специальные термины *(coach, line-up, skipper, substitute's berth, start up front, selection surprise, sit behind, playmaker)*:

Pre-match: Portugal coach Luiz Felipe Scolari has decided to leave Deco on the bench after the Barcelona star failed to fully recover from his ankle injury.

But Scolari has picked several other familiar faces in his starting line-up including Manchester United's Cristiano Ronaldo, Chelsea duo Paulo Ferreira and Ricardo Carvalho and Fulham skipper Luis Boa Morte.

Meanwhile Angola coach Luis Oliveira Goncalves has made one selection surprise with Benfica's Pedro Manuel Mantorras having to make do with a substitute's berth.

So Angola will start with Fabrice Akwa and Andre Mateus up front with playmaker Paulo Figueiredo sitting just behind.

Понять это сообщение может лишь человек, обладающий определенными знаниями о футболе в целом и о данных конкретных командах в частности. Таким образом, технология прямого спортивного комментирования в современных условиях предполагает, прежде всего, "своего" слушающего – слушающего, не только интересующегося данным видом спорта, но и обладающего неким общим, разделяемым с другими наблюдателями знанием о нем.

Дискурсивный мониторинг матча осуществляется по минутам, при этом дискурсивная компетенция журналиста просто поразительна. Комментатор моментально вербализует многочисленные пропозиции, формирующиеся во время наблюдения, так что граница между тем, что он видит, и описанием увиденного практически стирается. Так, за время первой минуты матча комментатор успевает сказать следующее:

1 mins: Angola get this World Cup Group D clash against their old colonial rulers Portugal underway in Cologne. This is undoubtedly the African side's biggest match of all time but they must not let this historical rivalry get the better of them tonight.

1 mins: Straight from the start Portugal come forward and nearly score one of the fastest goals in World Cup history but Pauleta's low shot from a tight angle misses the far post by inches.

За одну минуту комментатор делает три полных развернутых высказывания. Он, несомненно, является профессиональным говорящим, технологически подготовленным, поскольку не делает языковых оговорок, в его речи нет хезитаций, пауз. Комментатор обладает не только хорошо поставленной речью, но и большим запасом фоновых знаний, которые сопровождают дискурс наблюдения. Мониторинг наблюдаемых событий и дополнительная фоновая информация органично сливаются в речи комментатора. Тем самым слушатели извлекают максимально возможный в данных условиях объем информации.

Прямое комментирование требует от журналиста предварительной подготовки – обдумывания и анализа базы знаний, сопровождающих каждый матч, и соответствующего планирования своего дискурса.

Технологически это достигается за счет тщательно разработанного когнитивного сценария последовательного наблюдения. В сценарии дискурсивного мониторинга рассматриваемого футбольного матча внимание комментатора сфокусировано на мяче, который переходит от игрока к игроку. Номинируются те футболисты, которые в данный момент владеют мячом, например, на второй минуте игры номинируются Луис Фигу и Жоао Рикарду:

2 mins: Portugal are all over Angola in these early stages and Luis Figo gets away down the right but his cross lands in Pereira Joao Ricardo's arms.

Одновременно комментатор использует коллективные номинации команд (Angola, Portugal), что репрезентирует важность восприятия слушающими всего пространства наблюдения, их постоянного перехода от последовательного точечного восприятия (фиксация на мяче) к общему всеохватывающему восприятию (фиксация на всей команде). Общее пространство наблюдения и его отдельные точки постоянно накладываются друг на друга в дискурсе комментатора. Подобный прием позволяет каждый раз воспроизвести в репортаже максимально полную картину происходящего.

Становится очевидным, что технологичность профессионального наблюдения за матчем состоит в том, что журналист не является лишь «глазом», следящим за мячом, при любой возможности он прибегает к обобщениям, фиксируя сложившуюся к данному моменту цельную картину наблюдаемого мира. Так, на третьей минуте игры комментатор фиксирует прежнюю картину мира (команда Анголы слабо начала игру) и новую картину мира (ангольцы стали давать отпор прессингу со стороны соперников):

3 mins: Angola seem to have put that incredibly shaky start behind them as they steadily begin to ease the pressure exerted on them.

Однако тут же картина мира меняется – португальцы забивают гол, о чем комментатор сообщает при помощи особого технологичного высказывания, которое начинается с обозначений гола и имени забившего игрока, причем текстуально они даются в заглавных буквах, что выражает значимость данной информации. После этого идет сообщение о том, как был забит гол:

4 mins: GOAL PAULETA - Figo races through midfield before jinking his way into the area and squaring a pass for Pauleta who makes no mistake from close range.

Забивание голов является в футболе главной целью; соответственно, информация об этом занимает ключевые слоты когнитивного сценария последовательного наблюдения в любом футбольном матче. Первый ключевой слот когнитивного сценария анализируемого нами матча представлен вышеприведенным высказыванием. В силу ограниченности во времени оно кратко, однако чрезвычайно информативно. Коммента-

тор сообщает о последовательности действий футболиста, сделавшего голевую передачу, и при этом подбирает такие глаголы, которые отражают особенности каждого его движения *(race through – jink – square a pass)*. Характеризуя футболиста, забившего гол, комментатор говорит, что он не допустил ошибки *(makes no mistake)*. Выбор данного выражения несет с собой дополнительную имплицитную пропозицию: "Основная заслуга в том, что был забит гол, принадлежит футболисту, сделавшему передачу мяча".

Мы видим, что когнитивно-дискурсивная деятельность спортивного комментатора имеет свою специфику – его краткое высказывание на глубинном пропозициональном уровне соответствует сразу нескольким смыслам. Подобная смысловая насыщенность свойственна всему комментарию в целом, а ее создание, несомненно, является технологичным.

Комментатор постоянно нацелен на отслеживание возможного гола. В когнитивном отношении это проявляется в том, что событие, имеющее вероятность привести к голу, сразу же начинает обрабатываться посредством соответствующих концептуально-пропозициональных структур. После сообщения о первом голе журналист делает предикцию о том, что португальцы победят с разгромным счетом, который будет похож на счет игры в крикет:

5 mins: Although England only ended up winning 1- 0 after scoring early in their clash with Paraguay, early signs here are that this could shape up to be a cricket score.

Обращает на себя внимание осторожность комментатора, который одновременно с этой предикцией прибегает к фоновой информации о том, что начавшийся подобным же образом другой футбольный матч так и закончился со счетом 1–0. Осторожность в предикциях, проявляющаяся на лингвистическом уровне в параллельном порождении двух высказываний с взаимно исключающими друг друга смыслами (ср.: "Счет будет большим" vs "Счет останется 1–0"), является устойчивым технологичным приемом, прослеживаемым как на всем протяжении данного комментария, так и в других примерах.

Поскольку забивание гола откладывается (эта игра так и закончилась со счетом 1–0), дальнейшее заполнение слотов когнитивного сценария последовательного наблюдения осуществляется посредством высказываний о голевых моментах. Ср.:

8 mins: The ball is curled into the box but Ricardo leaps high to make a comfortable catch;

11 mins: Angola attack on the counter but after a cross is whipped in from the right wing, Fabrice Akwa makes no contact with his overhead kick;

15 mins: But all of a sudden a long ball forward is latched onto by Pauleta and the striker's shot from just outside the area flies over Ricardo but just wide of the post;

20 mins: Figo floats the ball into the box but Delgado manages to head the danger away;

23 mins: Ronaldo plays a lovely exchange with Simao on the edge of the area but the Benfica star ends up smashing a shot wide of the post;

Эти и все другие высказывания о нереализованных голевых моментах представляют собой сложносочиненные предложения, соединенные союзом but, с помощью которых передается сообщение о том, что гол мог быть забит, но этому что-то помешало. Тем самым когнитивный сценарий последовательного наблюдения за данным матчем разворачивается по схеме: Начало игры > Гол > Голевой момент 1 > Голевой момент 2 > Голевой момент n> Конец игры.

Комментатор не просто фиксирует голевой момент и его неудачу, он является рассказчиком, умеющим захватить и удержать внимание слушающих. Так, в вышеприведенных высказываниях движения мяча и действия футболистов описываются с помощью языковых средств, позволяющих воссоздать их весьма точно и наглядно *(the ball is **curled**; a cross is **whipped**; a long ball forward is **latched**; Ricardo **leaps high**; Figo **floats** the ball; Ronaldo **plays a lovely exchange**; etc.)*. Несомненно, что подобные семантически точные и емкие выражения используются не спонтанно; они явным образом входят в заранее подготовленный комментатором лексикон, которым он весьма технологично пользуется в процессе дискурсивного мониторинга матча.

В исследовании профессиональной дискурсивной деятельности было отмечено, что в некоторых профессиях, в частности в журналистике, образуются особые тропологические элиты (tropological elites), то есть группы людей, владеющих, благодаря своему знанию тропов, "стандартами культурного превосходства" (standards of cultural exellence) [8, 18]. Опираясь на это понятие в своем анализе лингвистической реализации комического в новостном дискурсе, Н. Н. Панченко обнаружила, что "инкорпорирование комического смысла достигается, во многом, за счет использования риторических фигур (стилистических приемов), интенциональный характер введения которых в текст квалифицирует пишущего как творческую личность – члена тропологической элиты, владеющего стандартами создания сложных типов дискурса" [4, 93].

Эти положения подтверждаются и по отношению к спортивным журналистам. В анализируемом матче комментатор использует многочис-

ленные стилистические приемы, практически в каждом высказывании, в частности:

– метафору

22 mins: **Like a hot knife through butter**, Portugal **slice through** Angola's defence again but the cross into the box towards Pauleta is **belted away** to safety;

– метонимию

54 mins: Figo is caught in possession and Ze Kalanga is able to burst away down the right, but after running into a number of **Portugal shirts**, he loses his way;

– иронию

75 mins: Scolari's side are looking content just to keep the ball and haven't created a noteworthy effort for quite some time now. ***If anyone is going to score now, it will probably be Angola****, although they are hardly busting a gut in forward positions either*;

– гиперболу

5 mins: Although England only ended up winning 1– 0 after scoring early in their clash with Paraguay, **early signs here are that this could shape up to be a cricket score.**

Технологичность использования стилистических приемов объясняется следующим образом. Как наблюдатель комментатор должен передавать объективные смыслы, то есть истинные пропозиции о наблюдаемом мире. Однако если он будет выражать эти смыслы при помощи стандартной лексики, то его комментарий будет таким же, как у любого другого журналиста, поскольку "объективные новостные сообщения об одном и том же событии характеризуются идентичностью на уровне когнитивного сценария-репрезентации описываемой ситуации и являются фактически одинаковыми на языковом уровне с небольшими отклонениями в последовательностях пропозиций и их вербализации" [1, 5]. При помощи стилистических приемов в дискурсивный мониторинг мира привносятся личностные смыслы, он становится уникальным, индивидуально-авторским, креативным.

Итак, технологичность дискурсивного мониторинга мира в спортивном репортаже заключается в формировании и менеджменте пространства наблюдения. Непосредственному началу мониторинга предшествует предварительный дискурс, вовлекающий смотрящих /слушающих в процесс со-наблюдения за матчем, следования за комментатором. Дискурсивный мониторинг разворачивающихся событий осуществляется по минутам. Комментатор мгновенно вербализует формирующиеся во время наблюдения пропозиции, что требует от него максимальной собранности и подготовленности. Высокая информативность прямого комментария, обусловленная быстрой сменой событий на поле, отражается в сложной пропозициональной структуре предложений. Вербализуя пропозиции для смотрящих / слушающих, комментатор следует определенным приемам подачи информации, которые в своей совокупности составляют единую технологию.

Современный журналист является не просто профессиональным пишущим и говорящим, но, в первую очередь, профессиональным наблюдателем. Согласно Дж. Сенджеру, осуществлять наблюдение с профессиональной целью оказывается не так легко, как может показаться на первый взгляд. "Я, как наблюдатель, ищу фундаментальную истину о природе существования.<...> Мы пишем для аудитории. Мы также и наблюдаем для аудитории. Мы реконструируем то, что видим, независимо от того, какое средство передачи информации мы используем: устное, печатное или видео" (I, the observer, search for fundamental truths about the nature of existence. <...> We write for an audience. We, likewise, observe for an audience. And, in the main, we are reconstructing what we see for this audience, whether we do it through the medium of oral recall, videotape or notes). По мнению исследователя, процессы планирования, отбора, упорядочивания и, наконец, письменной фиксации событий суть следствия наблюдения [9, 5].

В современной журналистике наблюдается дополнение объективности интерпретативной полнотой (from objectivity to interpretive sufficiency) [5, 41]. Журналист при этом должен обладать набором стратегий, обеспечивающих убедительное и надежное освещение информации (to present a range of strategies for valid and reliable coverage) [7, 17]. В современном бизнесе производства и передачи информации от журналистов требуются специальные дополнительные знания. В частности, "новые" журналисты должны владеть такой технологией написания новостей, которая позволит мгновенно трансформировать газетный репортаж для радио или телевидения (Tomorrow's newswriters will need to be able to write a piece of newspaper copy designed to be read and then converted to a broadcast copy that can be heard or with visuals that can be seen) [10, XVIII]. В целом, современный массмедийный дискурс становится высоко технологичным, что объясняется необходимостью эффективной презентации материала в условиях жесткой конкуренции различных видов СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зарезина С. Н. Устойчивые личностные смыслы в аспекте межкультурной коммуникации: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Зарезина Светлана Николаевна. – Иркутск, 2004. – 236 с.

2. Зильберт А. Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи / А. Б. Зильберт, Б. А. Зильберт // Язык, сознание, коммуникация. – М.: МАКС Пресс, 2001. – Вып. 17. – С. 45-55.

3. Мисонжников Б. Я. Феноменология текста (соотношение содержательных и формальных структур печатного издания) / Б. Я. Мисонжников. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. – 490 с.

4. Панченко Н. Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Панченко Наталья Николаевна. – Иркутск, 2005. – 206 с.

5. Christians C. G. The changing news paradigm: from objectivity to interpretive sufficiency / C. G. Christians // Qualitative Research in Journalism. Taking it to the Streets. Edited by Sh. H. Iorio. – Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – P. 41-59.

6. Graber D. A. Processing the News: How People Tame the Information Tide / D. A. Graber. – New York; London : Longman, 1984. – 241 p.

7. Iorio Sh. H. Qualitative method journalism / Sh. H. Iorio // Qualitative Research in Journalism. Taking it to the Streets. Edited by Sh. H. Iorio. – Mahwah.: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – P. 41-59.

8. Kermode F. The state of criticism / F. Kermode // The Sheila Carmel Lectures 1988-1993. Ed. by H. Wirth-Nesher. – Tel Aviv University, 1995. – P. 3-31.

9. Sanger J. The Compleat Observer. A Field Research Guide to Observation / J. Sanger. – London: The Falmer Press, 1996. – 145 p.

10. Whitaker W. R. Mediawriting: Print, Broadcast, and Public Relations / W. R. Whitaker, J. E. Ramsey, R. D. Smith. – Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – 424 p.

Рецензент – Н. М. Вахтель.
Статья принята к печати 21.06.2006.

МИР ДВОРЯНСКОЙ УСАДЬБЫ В РОМАНЕ К. Н. ЛЕОНТЬЕВА “ПОДЛИПКИ”

© 2007 В.В. Буряченко

Воронежский государственный университет

Имя К. Н. Леонтьева, писателя, публициста, дипломата, философа и богослова, было возвращено в русскую культуру сравнительно недавно. По политическим причинам в советское время он был запрещенным автором, чуждым и враждебным советскому образу мышления уже потому, что всегда был сторонником крепкого самодержавия и сословной структуры общества в России. Лишь в 90-е гг. XX в. к нам возвратились работы русских философов, выделивших Леонтьева в ряду великих отечественных мыслителей. В 1993 г. появилась книга с необычным и вызывающим названием “К. Леонтьев, наш современник”, которая представляет собой сборник. В него вошли сочинения самого К. Леонтьева, статьи о нем его современников (Вл. Соловьева, П. Астафьева и др.) и петербургских философов 1990-х гг. (Б. Адрианова, Н. Мальчевского и др.).

По мнению составителей данной книги, в частности Б. Адрианова, К. Н. Леонтьев – “одна из вершин того направления русской мысли, представители которого... задумались: есть ли русские идеалы, и... каков провиденциальный смысл русской истории...” [9, 4]. Авторы подчеркивают современность многих идей К. Леонтьева. Так, он считал, что “Россия должна... значительно разниться от Запада... государственно-бытовым строем своим. Иначе она не главой религиозной станет над ним, а простодушно и по-хамски срастется с ним ягодицами демократического прогресса...” [9, 7]. Мысль об индивидуальном пути развития нашей страны, будь то культура, экономика или иная область, актуальна и теперь, когда мы пытаемся копировать западный или американский образ жизни. Кроме того, К. Леонтьев чрезвычайно важен для современных читателей потому, что он повышает наше патриотическое самосознание и самооценку, он “вольно или невольно пробуждает в русском человеке представителя великого народа, который... утвердится в сознании того, что русские – великий народ, с великой культурой, великим государством, великой историей” [9, 9].

В. В. Зеньковский в своей знаменитой “Истории русской философии” оригинальность мировоззрения К. Леонтьева объясняет сочетанием в нем глубокой религиозности и эстетизма, которые воспитала в нем мать. Автор “Истории русской философии” полагает, что именно в пору службы дипломатом на Ближнем Востоке окончательно сложилась религиозная, философская и политическая концепция К. Леонтьева. В частности, В. В. Зеньковский останавливается на взглядах К. Леонтьева, которые особенно выделяли его в ряду русских философов. Отношение к религии, добру и злу, роли России в мировой истории, понимание К. Леонтьевым любви и гармонии совершенно не укладывались в общепринятые рамки. Именно концепция любви К. - Леонтьева дала повод его современникам называть его аморальным человеком, русским Ницше. Суть этой концепции в том, что К. Леонтьев «решительно различает (до Ницше!) “любовь к ближнему” и “любовь к дальнему” (к человечеству вообще)» [6, 428]. Первую он защищает, а вторую высмеивает как надуманную и далекую от правды жизни. Сам Константин Николаевич особенности своих взглядов объяснял тем, что “так долго жил и мыслил в уединении турецких провинций, что почти все... мысли о славянах, Европе и Востоке создались и созрели беспомощно и независимо” [15, 57-58].

Современные ученые и философы, С. Г. Бочаров, А. Ф. Сивак, Л. А. Тихомиров, П. П. Гайденко, В. И. Косик [1; 3; 10; 22] и другие, продолжают исследовать феномен К. Леонтьева, его философские, религиозные и эстетические взгляды, пытаясь определить его место в русской культуре.

Однако отношение к К. Леонтьеву не может быть простым и однозначным. Оно не было таким даже со стороны сочувствовавших ему со-

временников. Слишком неожиданно и парадоксально он мыслил.

Эстетизм, который был для К. Леонтьева мерой всех вещей, стал для него художественным и философским принципом. К. Леонтьева называли реакционером за приверженность Византизму. По его мнению, Византизм являлся "основой нашего, как государственного, так и домашнего быта" [14, 22]. Константин Николаевич ненавидел Западный прогресс, который он воспринимал как "процесс разложения, вторичного упрощения целого и смешения составных частей... процесс уничтожения тех особенностей, которые были органически свойственны общественному телу" [14, 23]. Под "общественным телом" подразумевается Российское государство со своим самодержавным строем и сословной иерархией. Именно против такого государственного устройства и нацелен прогресс в понимании К. Леонтьева. Он твердо верил в необходимость сословий и царской власти в России. Он также настаивал на особой, исключительной роли России в мире, поэтому очень болезненно воспринимал стремление нашей страны следовать новомодным веяниям. С его точки зрения, у нас это выходило "грубее и глупее европейского" [15, 57].

К. Леонтьев надеялся "в делах литературных... узреть правду себе на земле живых", т. к. очень часто ему приходилось "видеть искреннее сочувствие и слышать самые лестные похвалы от одних людей и самую странную несправедливость, самое убийственное равнодушие от других, именно тех, кто мог что-нибудь сделать" [15, 43]. Сделать – значит опубликовать его статьи. Однако часто бывало, что какой-нибудь редактор "все сильно сочувствует и сочувствует, но как-то слабо содействует" [15, 63]. Так, например, дело обстояло с его известной ныне статьей "Византизм и Славянство", которую долго не печатали.

Самолюбивый, иногда до крайности щепетильный, уверенный в своем уме и литературных способностях, К. Леонтьев был в одно время готов "сжаться" для какого-нибудь редактора, не разделявшего его взгляды, чтобы "провести хоть часть своих идей" [15, 67]. По этой же причине он мог бы стать членом разных обществ и принимать участие в юбилеях и публичных чтениях, над которыми всегда смеялся. Конечно, были и те, кто высоко ценил талант К. Леонтьева. Вот одна из оценок его современника, историка и публициста, беллетриста и издателя, профессора Московского университета М. П. Погодина: "Верьте, что я с радостью все, что могу, сделаю для вас. Нам нужны такие люди, как Вы, умные, просвещенные, мыслящие и... благородные..." [15, 59].

Если философские взгляды Леонтьева достаточно подробно изложены в работах Вл. Соловьева, В. Розанова, Н. Бердяева, С. Булгакова, В. Зеньковского [6; 9; 21] и др. философов, то его литературные произведения до сих пор остаются малоизвестными. Поэтому сегодня все больший интерес появляется именно к литературной части наследия К. Н. Леонтьева. В. А. Котельников, Т. Ф. Прокопов, С. В. Жижикашвили, Г. Д. Гачев, Г. Кремнев, С. Лесневский, Ю. П. Иваск [4; 5; 7; 11; 12; 16] и др. исследователи изучают его литературные труды. В Волгограде в 2002 г. Е. В. Хрипунова защитила кандидатскую диссертацию по прозе К. Леонтьева, в которой анализирует все художественное творчество писателя с учетом его религиозного и эстетического мировоззрения. Это первая попытка осмыслить литературные работы К. Леонтьева. Изучение художественной стороны его наследия, его места в истории русской литературы еще только начинается.

Перу К. Леонтьева принадлежат такие произведения, как "Подлипки", "Исповедь мужа", "Очерки Крита", "Хризо", "Хамид", "Аспазия Лампридн" и др. Тематика художественного творчества писателя отражает его религиозное и эстетическое мировоззрение, определяемое православной традицией, и соответствует событиям в жизни К. Леонтьева. В связи с этим Е. В. Хрипунова делит его творчество на три периода: русский (1854–1866), восточный (1866–1871) и период с 1872 по 1891 г., характерный преобладанием темы личного спасения и обретения вечного блаженства [23]. И хотя у своих современников К. Леонтьев как писатель не получил такого же признания, как, например, Ф. М. Достоевский или Л. Н. Толстой, его художественные произведения привлекательны с точки зрения проблематики, а также точного и лаконичного стиля.

По утверждению В. С. Соловьева, «первые беллетристические произведения Леонтьева... хотя и не лишены таланта, но, по позднейшему признанию самого автора, не представляют значительного интереса, будучи написаны под... влиянием Ж. Санда по идеям и Тургенева по стилю. Литературная самобытность Леонтьева проявилась вполне в его повестях "Из жизни христиан в Турции"...Сюда же принадлежат рассказ "Сфакиот", роман "Камень Сизифа" и начало романа "Египетский голубь"... И.С. Аксаков... был в восхищении от его восточных повестей и говорил: "Прочтя их, не нужно и в Турцию ехать"» [9, 321].

Среди литературных работ "русского периода" у К. Леонтьева особенно выделяется роман "Подлипки". Это произведение легко вписывается в традиции русской литературы по теме рус-

ского дворянства. В романе К. Леонтьев пытается осмыслить феномен сословия, которое он так ценил и которому придавал огромное значение в развитии русской культуры. С дворянством К. Леонтьев связывает все, "что у нас было хоть сколько-нибудь красивого и... завершенного", в частности, "законченные формы чести и долга" [14, 302]. В статье "Достоевский о русском дворянстве" К. Леонтьев подчеркивает мысль Ф. М. Достоевского, что "дворянство нужно, и что только у одних дворян в России есть истинное чувство чести" [14, 305]. "Подлипки" – это художественное отражение истинных взглядов К. Леонтьева.

Роман написан в форме воспоминаний о русской усадебной жизни, о проведенных в родовом гнезде детстве и юности. С самых первых страниц произведения герой К. Леонтьева сообщает читателю, насколько особенным и неповторимым было для него родовое имение: "В Подлипках, казалось мне, никто не страдает – все цветет и зеленеет; лай собак, пение петухов, шум ветра многозначительнее, не такие, как в других местах; мужички все, встречаясь, улыбаются, собаки знают меня, и умирать там, должно быть, легче, чем где-нибудь в другом месте" [13, 81]. И хотя воспоминания Владимира Ладнева не соответствуют хронологической последовательности событий прошлого, т. к. "следуют за настоящими размышлениями и путаются с ними" [13, 37], действительность представляется достаточно целостной. Ведь в России XIX в. составляющие дворянской жизни, в частности усадебной, были единообразны.

Говоря о дворянстве, мы представляем себе вполне определенные образы, атрибуты и уклад жизни, т. к. "принадлежность к дворянству означала обязательность определенных правил поведения, принципов чести, даже покроя одежды" [19, 6]. Балы, дуэли, карточные игры, позднее начало дня и позднее его окончание, литературные вечера и музыкальные праздники – все это составляло образ жизни дворянского сословия и подчинялось строгим условностям. Свободная манера поведения, допустимая на празднике в деревне, оказывалась "неприемлемой на балу или даже на домашнем вечере в столице" [19, 65]. Даже говорить следовало соответственно случаю. На балу, например, "каждый танец влек за собой приличные для него темы разговоров. При этом... беседа составляла не меньшую часть танца, чем движение и музыка. Выражение "мазурочная болтовня" не было пренебрежительным. Непроизвольные шутки, нежные признания и решительные объяснения распределялись по композиции следующих друг за другом танцев» [19, 96]. Такой уклад жизни часто способствовал образованию культурных усадебных центров, где проводились театрализованные представления, детские балы, устраивались библиотеки и целые музеи [2, 8].

Таким образом, усадебный дом также должен был соответствовать общепринятым условностям и продолжать традиции. Роман К. Леонтьева "Подлипки" тем и интересен современному читателю, что в нем представлена некая идеальная модель дворянской усадьбы периода ее расцвета. Имение Солнцевых отвечает всем требованиям времени: большое строение с флигелями и дворовыми постройками, прилегающий к зданию сад и парк. В восприятии героя дом меняется подобно живому организму. Он видит его то шумным и веселым, когда дом полон гостей, то одиноким и "безжизненным", когда первый снег покрывает липы и яблони в саду, рождая чувство глубокого одиночества в душе главного героя. А после долгого отсутствия Володя Ладнев замечает, что "дом осел; все комнаты... казались малы, окна кривы и обои сморщены и стары" [13].

Но само строение не особенно интересует героя-повествователя. В его памяти гораздо больше места занимает сад, который традиционно являлся продолжением дома [8]. Для Владимира Ладнева он был местом детских игр, романтических свиданий и юношеских мечтаний: "Однажды весной сидел я под цветущим кустом черемухи и с бешеным восторгом читал Гомера", – вспоминает герой. "Когда я дошел до того места, где Ахиллес... ложится спать с наложницей... я бросил книгу. Для чего эта весна? Зачем эта черемуха в цвету, если нет настоящей жизни, нет подруги молодой... Да, если б жениться теперь втайне, встречаться здесь под черемухой, любить друг друга до исступления, до бешенства, до боли..." [13, 84].

Сад в Подлипках – это типичный для того времени уголок усадебной природы с дорожками среди деревьев и кустарников, с густыми цветниками и беседками. Традиция садово-паркового искусства, восходящая еще ко времени Киевской Руси и хранившаяся в средние века монастырями, в XVIII–XIX вв. продолжалась и в дворянских поместьях, где природа, преобразованная мастерами, хранила отпечаток времени, моды, человеческого мастерства и желаний хозяина. По определению Д. С. Лихачева, "сад – это, прежде всего... форма синтеза различных искусств... связанного с великими стилями и развивающегося... с развитием филологии, литературы (особенно поэзии), эстетическими формами быта (по преимуществу привилегированных слоев общества...), с живописью, архитектурой, музыкой... Восприятие сада... требует... познаний

в области истории искусств и истории быта... знания поэзии и т. д." [17, 448-449]. Поэтому сады, окружавшие дворянских детей с самого раннего детства, не могли не влиять на формирование духовно развитой, поэтической личности.

Кроме того, сады всегда были важны как связующее звено между прошлым, настоящим и будущим. Владимир Ладнев вспоминает предание о жестоком помещике, впоследствии убитом дворовыми, который приказал крестьянам на месте болота насыпать курган и разбить сад. Этот курган, так и оставшийся в саду Подлипок, является своеобразным памятником предкам. В этой связи Д. С. Лихачев пишет, что "исторические воспоминания и поэтические ассоциации – это есть то, что больше всего очеловечивает природу в парках и садах, что составляет их суть и специфику... Временная перспектива, которая открывается в них, не менее важна, чем перспектива зрительная" [17, 29]. Сад "служит... воспоминанием об отцах и будущим напоминанием правнукам..." [17, 29] о предшествующих владельцах. В них, "как в тексте", можно прочитать историю искусства, моды и эстетических пристрастий того времени.

Одной из характерных черт русских усадебных садов были узкие аллеи, традиционно обсаженные липами, дубами и березами. Название произведения "Подлипки", что значит "под липами", заставляет вспомнить о высаживаемых в дворянских усадьбах аллеях, в частности липовых. "В большом саду нашем, которым мы гордились перед всей окрестностью, много липовых и старых березовых аллей. В липовых хорошо, когда жарко, а в самой длинной из березовых аллей, когда осенью шумит ветер... я слышу в этом шуме... много знакомого, особенного, чего я не слышу в шуме других деревьев..." [13, 24-25]. Из этого краткого описания совершенно понятно, как дорог и любим был усадебный сад для Владимира Ладнева.

Особенностью усадебной жизни дворян была непосредственная близость к ним крестьян. Их быт всегда соседствовал с жизнью и бытом помещиков, поэтому Володя Ладнев с детства был хорошо знаком с крестьянскими буднями. Рядом с поместьем "...ближе к реке смотрят снизу на барский дом избы дворовых семейных людей. И там живут! Там развешан невод, там к раките у избы прислонена рыбачья сетка на длинной палке; разноцветное белье сушится на плетне... Ширина, зелень и сила везде!" [13, 72]. Для героя это гармоничная, естественная картина, привычная с раннего возраста. Поэтому ни крестьянские избы, ни рыбачья сеть не мешают ни чувствам, ни мыслям; напротив, они завершают образ усадьбы. Однако хозяйство, включая крепостных и горничных, интересовало тетушку Марью Николаевну Солнцеву лишь до известной степени: она не любила "нечистоты" в доме и в саду и всегда интересовалась происходящим в усадьбе. Чтобы следить за полевыми работами, у нее был назначен приказчик "из своих крепостных".

Из-за близкого соседства между помещиками и крестьянами в дворянской усадьбе складывались особые отношения. Несмотря на естественные различия дети двух сословий часто росли и играли вместе. Володя Ладнев, конечно, разборчив в отношении к дворовым, но совсем не груб. Он также отмечает среди них одаренных и талантливых людей. О крепостной девочке, взятой Марьей Николаевной в дом для игр с маленьким Володей, он с теплотой вспоминает: "Катюша... была для меня не горничная, и не просто Катя, подруга детства, а *даровитая простолюдинка*, священный предмет"[1] [13, 131]. Курсивом К. Леонтьев выделил здесь то, что можно назвать культурным стереотипом. Тип привлекательной для молодого дворянина дворовой девушки есть во многих произведениях, так или иначе касающихся дворянского быта. Детская привязанность героя не осталась простым увлечением, проходящим с возрастом. Ладнев всегда трепетно относился к подруге детских лет и впоследствии способствовал выкупу Кати из крепостных и ее союзу с Модестом, следуя своему романтическому идеалу "соединения образованного человека с простолюдинкой высокой души" [13, 191].

Итак, окружающая природа и усадебный быт формировали внутренний мир героя как молодого дворянина. Его духовно-нравственные и эстетические чувства и пристрастия складывались также под воздействием его бездетной тетки Марьи Николаевны Солнцевой, в доме которой он рос в любви и нежности. Марья Николаевна Солнцева представляет собой типичную дворянскую тетушку[2], которая заменила Володе родителей и перенесла на него все свои лучшие неистраченные чувства. «Мать моя тоже умерла на руках у тетушки, и всю дружбу свою к отцу и к ней, все свое врожденное чадолюбие, которому, по бездетности ее, не было прямого исхода, обратила она на меня. Сама она заботилась о моей одежде, о моем ученье... учила сама меня читать "Отче наш", "Богородицу" и самую любимую мою молитву..." [13, 49] – вспоминает Ладнев.

---

[1] Курсив К. Леонтьева (прим. автора).

[2] Такая же тетушка, или бабушка, показана в некоторых других произведениях русских классиков о "дворянских гнездах" (И. Тургенев "Дворянское гнездо", И. Гончаров "Обрыв" и др.) (прим. автора).

В доме Марьи Николаевны строго соблюдались светские и религиозные традиции: в определенное время ели и пили чай, приглашали гостей и устраивали вечера с музыкой, пением и танцами; все домочадцы на Пасху красили яйца, на чистый четверг все мыли. Ладнев вспоминает, что по православному календарю "постился, вставал к ранней обедне, никогда не уходил прежде конца службы из церкви", помня наставления тетушки: "Кто уходит рано из церкви, тот, как Иуда, который ушел с тайной вечери до конца" [13, 81].

Своему религиозному чувству, рожденному примером и словами своей наставницы, герой старается найти применение в жизни. Он сам себе обещал не рукоприкладствовать и не кричать на простых людей (как это делали многие помещики) "из желания быть порядочным человеком". Не раз вечером Владимир "уходил из дома и клал по два, по три рубля в церковную кружку на углу; нищим стыдился подавать так", чтоб ему "было нечувствительно: подавал серебро, а не медь... чувствовал себя крепче и светлее, когда ел просфоры..." [13, 81]. Встреча с отвергнутым семьей двоюродным братом Модестом Ладневым еще больше пробудила в нем сострадание. Для того чтобы помочь ему, Володя должен был осмелиться просить за него тетушку, что было нелегко в сложившихся обстоятельствах. Но как раз возможный тетушкин отказ и неудобство положения обостряют стремление Ладнева помочь брату. Ведь герой считает, что необходимо делать "такое добро, чтобы чувствовать боль, чтобы самому было чувствительно... Вот случай тебе: Модест... Сведи его с тетушкой и потеряешь часть наследства!" [13, 137]. Однако опасения Владимира напрасны: он находит в себе смелость и при случае представляет Модеста тете. Она отнеслась к родственнику с известной долей благосклонности и никак не изменила свое отношение к Володе. Таким образом, Владимир Ладнев постоянно находится в стремлении совершенствовать свой дух. Чувство собственного достоинства приобретались им через оценку чужих и собственных поступков и "стыд", который является мерилом духовной зрелости. Это не могло не отразиться на поступках героя.

Так, его первое чувство к Паше было быстротечным, грустным и очень нравственным. Типичная история первой любви молодого дворянина к простолюдинке имела, однако, не совсем типичный конец. Ладнев вспоминает о девушке с проникновенной нежностью: "Она подарила меня несколькими днями самой чистой, самой глубокой неги и тоски" [13, 33]. Его чувство было по-настоящему романтично, очень зыбко и основано на жалости, которая представлялась ему непременным элементом *настоящей* любви. "Мне не хотелось жалеть Пашу, потому что хотелось не любить ее, а повеселиться с ней" [13, 36], хотелось телесной любви, которая, однако, так и не случилась – Ладнев пожалел девушку и, думая о ее будущем, отослал в другую деревню, "от себя подальше". Причины такого необычного для молодого барчука поступка, должно быть, кроются в том самом религиозном чувстве, которое много лет впитывал он в доме Марьи Николаевны, и, как следствие, в особом понимании чувства сострадания и добра, которые глубоко укоренились в его душе. Паша навсегда осталась дорогим воспоминанием не только потому, что стала первой девушкой, ради которой он отказался от своих желаний, но она целиком была связана с его родовым гнездом, миром эстетически значимым и целостным.

Любовь и забота окружали Владимира Ладнева всюду и не могли не способствовать его духовно-эстетическому росту. Домочадцы и дворовые баловали его. Девушки звали его "ангелочком, кавалером и носили... на руках" [13, 49]. Французская гувернантка, обязательное присутствие которой предусматривало дворянское воспитание, добрая и веселая m-me Bonne, всегда поддерживала и развивала необузданное воображение Володи занятиями по географии, рассказами о путешествиях Кука и других исследователей.

Вообще, чтение в образовании и воспитании дворян занимало огромное место. Ю. М. Лотман пишет о том, что "в дворянском культурном мире складывалось особое детство. Женщина-читательница породила ребенка-читателя. Чтение книги вслух, а затем самостоятельная детская библиотека – таков путь, по которому пройдут будущие литераторы, воины, политики"[3] [19, 62]. Неудивительно поэтому, что книжный мир и мир реальный для героя К. Леонтьева часто не имел четких границ. Кроме того, картинки с изображением музейных экспонатов оживляли и дополняли образы, возникавшие в сознании Володи Ладнева. "Все вырастало тогда вокруг меня: камин... был для меня горящим древним замком, зала – огромной пустынею, душники печей – отверстиями ада, а члены... семьи нашей... мифологическими богами... Все читанное и слышанное старался я воплотить в окружающем меня" [13, 39]. Потом еще долго, будучи уже взрослым и образованным человеком, Владимир

[3] "Женщиной-читательницей" Ю. М. Лотман называет женщину-дворянку XIX, начавшую активно читать; а поскольку именно женщины, в основном, занимались воспитанием детей, то они неизбежно приучали и их к чтению (прим. авт.).

Ладнев хранил теплые воспоминания о своей гувернантке и в книге, подаренной m-me Bonne, находил "больше поэзии, чем в самых гениальных вещах" [13, 81].

Эстетически утонченный, воспитанный на литературе, Ладнев чрезвычайно чувствителен к разнообразию жизни и ко всему, что имеет художественную ценность. Именно через призму художественности воспринимает он мир и окружающих людей. Именно поэтому легко меняется его настроение. Так, неприязнь к Теряеву, его знакомому, не раз посещавшему имение Солнцевых, сменилась дружеским расположением. Теряев стал для Ладнева *"своим"*[4] лишь только потому, что прочел наизусть "Тройку" Некрасова "с таким искренним одушевлением... что... мороз пробегал по спине..." [13, 166]. Поэтому *"свой"* – очень важное слово в эстетической оценке Ладневым явления и человека. Принять душой и сердцем, т. е. сделать *"своим"*, он может только того, кто способен художественно, как он сам, воспринимать мир и читать стихи так, "что мороз по коже".

Естественно, что герой К. Леонтьева живет эмоциями больше, чем рассудком. Он очень любит и ценит жизнь и однажды восклицает: "...Я иногда... выходил из себя от досады на людей, не понимающих прелесть жизни" [13, 170]. Часто его детские представления и мечты сталкиваются с действительностью, рождая желание примирить мир реальный с воображаемым. В этом ему помогают полученные знания по истории России, переплетающиеся с живыми наблюдениями за ее настоящим. Ладнев также начинает активно заниматься литературой: много читает, пробует переводить прозой Шиллера и, в итоге, сам пишет роман-воспоминание, что является закономерным для молодого дворянина, воспитанного в лучших традициях русского дворянского сословия. Автор романа не говорит о том, связал ли Владимир свою дальнейшую жизнь с писательством. Однако можно смело утверждать, что "Подлипки" – распространенный результат в среде усадебного дворянства, т.к. именно дворянские усадьбы – мир, вобравший в себя все культурное наследие предшествующих поколений и отразивший традиции усадебных комплексов в России, – давали почву для формирования художественного и поэтического сознания.

Человек, росший в такой среде, неизбежно оказывался под ее влиянием. Русская дворянская усадьба со своими культурными центрами, хранившая опыт предков, окруженная богатой природой, является частью нашей культуры и истории. Ю. М. Лотман призывает нас не забывать, что великая русская культура, "которая стала национальной культурой и дала Фонвизина и Державина, Радищева и Новикова, Пушкина и декабристов, Лермонтова и Чаадаева и которая составила базу для Гоголя, Герцена, славянофилов, Толстого и Тютчева, была дворянской культурой" [19, 15]. В этот славный ряд имен русских писателей-дворян необходимо добавить и имя К. Н. Леонтьева.

[4] Курсив К. Леонтьева. "*Своим", "нашим*" Ладнев неоднократно называет и сад, который всегда прекрасен для героя: и в зимнем унынии, и в яркий летний день (прим. авт.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Бочаров С. Г. "Ум мой упростить я не могу" / С. Г. Бочаров // Лит. газ. – 1991. – 18 дек.
2. Вергунов А. П. Вертоград. Садово-парковое искусство России / А. П. Вергунов, В. А. Горохов. – М.: Культура, 1996. – 431 с.
3. Гайденко П. П. Наперекор историческому процессу: К. Леонтьев – литературный критик / П. П. Гайденко // Вопр. лит. – 1974. - № 5. – С. 159-205.
4. Гачев Г. Д. Русская дума: Портреты русских мыслителей / Г. Д. Гачев. – М., 1991. – С. 50-53.
5. Жижикашвили С. В. Леонтьев К. Н. / С. В. Жижикашвили // Библиогр. словарь. – М., 1990. – Т. 1. – С. 407-409.
6. Зеньковский В. В. История русской философии / В. В. Зеньковский. – М.: Академический проект, Раритет, 2001. – 879 с.
7. Иваск Ю. П. "Подлипки" К. Леонтьева / Ю. П. Иваск // Новый журн. – 1995. - № 40. – С. 142-152.
8. Каждан Т. П. Художественный мир русской усадьбы / Т. П. Каждан. – М.: Традиции, 1997.
9. К. Леонтьев, наш современник / сост. Б. Адрианов, Н. Мальчевский. – СПб.: Издательство Чернышева, 1993. – 464 с.
10. Косик В. И. Константин Николаевич Леонтьев: Реакционер, пророк? / В. И. Косик // Сов. славяноведение. – 1991. - № 3. – С. 3-11.
11. Котельников В. А. Православные подвижники и русская литература. На пути к Оптиной / В. А. Котельников. – М.: Прогресс-плеяда, 2002. – 383 с.
12. Кремнев Г. Константин Леонтьев и русское будущее: К 100-летию со дня смерти / Г. Кремнев // Наш современник. – 1991. -№ 12. – С. 167-169.
13. Леонтьев К. Н. Египетский голубь. Роман, повести, воспоминания / К. Н. Леонтьев. – М.: Современник, 1991. – 527 с.

14. Леонтьев К. Н. Избранное / К. Н. Леонтьев. – М.: Рарогъ, Московский рабочий, 1993. – 400 с.

15. Леонтьев К. Н. Моя литературная судьба / К. Н. Леонтьев. – М.: Русская книга, 2002. – 526 с.

16. Леонтьев К. Н. Лесневский С. Писательинок: К 160-летию со дня рождения К. Н. Леонтьева / С. Лесневский // Кн. обозрение. – 1991. – 25 янв. – С. 8-9.

17. Лихачев Д. С. Поэзия садов. К семантике садово-парковых стилей. Сад как текст / Д. С. Лихачев. – М.: Согласие, 1998. – 450 с.

18. Лосский Н. О. История русской философии / Н. О. Лосский. – М.: Сварог и К, 2000. – 496 с.

19. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство, 2002. – 415 с.

20. Низовский А. Ю. Усадьбы России. Подмосковные. От Петербурга до Саратова / А. Ю. Низовский. – М.: Вече, 2005. – 315 с.

21. Розанов В. В. Литературные изгнанники. Н. Н. Страхов. К. Н. Леонтьев / В. В. Розанов // Собр. соч.: Под общ. ред. А. Н. Николюкина. – М.: Республика, 2001. – 476 с.

22. Сивак А. Ф. Константин Леонтьев / А. Ф. Сивак. – Л.: Ленингр. гос. ун-т, 1991. – 88 с.

23. Хрипунова Е. В. Проза Константина Леонтьева: Эволюция, проблематика, стиль: Автореф. дис. ... канд. фил. наук / Хрипунова Елена Валерьевна. – Волгоград, 2002. – 24 с.

Рецензент – О.А. Бердникова.

Статья принята к печати 17.11.2006.

АРГУМЕНТАТИВНО-ДИАЛОГИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СУДЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

© 2007 И.М. Васильянова

Калужский госпедуниверситет им. К.Э. Циолковкого

Настоящая статья посвящена анализу деятельностного и личностно ориентированного динамического начала, осуществляемого языковой личностью в определенных социальных и межличностных условиях общения с определенными целями и мотивами, с использованием всего арсенала имеющихся для этого средств. Взаимопонимание обусловливает коммуникативную деятельность партнеров по общению, ставит ее в прямую зависимость от возможных результатов и выполняет регулятивную функцию диалогического взаимодействия.

Значимость регулятивной стороны диалогического общения возрастает, если рассматривать диалог как процесс обмена действиями (вербальными и невербальными) по типовому (фреймовому) образцу, где деятельность коммуникантов опирается на знания – иллокутивные, языковые, интерактивные, регулятивные, энциклопедические и т.д. Сущность регулятивной функции сводится к организации успешного взаимодействия коммуникантов в определенном социальном контексте. Основной задачей коммуникативного взаимодействия является установление взаимопонимания между партнерами на основе имеющейся информации.

Другой стороной диалогического общения является такая трансакция, в реализации которой используемые для типового иллокутивного сценария диалогические шаги не выполняют своей функциональной предназначенности, однако они и не прерывают диалогического общения.

Глобальной целью диалогического общения с точки зрения интеракциональной теории является достижение взаимопонимания между участниками коммуникации, а целью аргументативного общения в критической дискуссии – воздействие на рационального судью/аудиторию с целью убеждения его/ее в приемлемости выдвинутой точки зрения.

В нижеследующем отрывке мы намерены продемонстрировать все речевые действия участников, описанные выше, проанализировать, чем общение в малой группе отличается от диалога в диаде, а также выяснить в каких коммуникативных формах воплотились когнитивные и психологические особенности, способствующие принятию решения.

Рассмотрим дело, в котором иск подают родители погибшего во время родов младенца. Защита (З) настаивает, что мальчика спасти было невозможно. Обвинение (О) пытается доказать, что подсудимая – врач-акушер, принимавшая роды, намеренно оставила ребенка без помощи.

***О**: (1) Свидетель,*

(2) сколько случаев детской смертности было в практике обвиняемой?

***С**: (3) За 11 лет ее практики в роддоме умерло 12 детей.*

***О**: (4) Спасибо, (5) у меня больше нет вопросов.*

***З:** (6) Андрей Владимирович (и.о. свидетеля – прим. И.В.), (7) сколько сложных родов обычно бывает в год?*

***С**: (8) Очень много.*

(9) 3-4 случая в неделю.

***З**: (10) Правильно ли я понимаю, что (11) 12 детей за 11 лет – это достаточно низкий показатель?*

***С**: (12) Абсолютно точно. (13) Крайне низкий. (14) При этом нужно учесть, что Алиса Викторовна проводила самые сложные операции.*

***З:** (15) Спасибо, (16) у защиты больше нет вопросов.*

Во всем этом коротком эпизоде заметно, что структурно обозначена одна самостоятельная трансакция, состоящая из двух обменов (1-5) и (6-14). В отрывке представлен опрос свидетеля (С). Мы рассматриваем его с позиции компетентного члена судебного разбирательства, способного внести свой вклад в решение проблемы. Своими ходами (3), (8-9) и (12-14) он берет на себя ответственность дать правдивые ответы на вопросы О и З, ведущие к разрешению вопроса. То, что на первый взгляд весь отрывок кажется

одним большим обменом, на самом деле нужно рассматривать как взаимодействие двух стратегий О и З, а не как сочленение двух сложных коммуникативных ходов. В этом не так трудно убедиться, рассмотрев первые ходы трансакции.

Ход (1), обращение, определяемый некоторыми исследователями как самостоятельный тип речевого акта ***вокатив*** [6,128; 2,28], открывает всю трансакцию, намечая двух главных ее участников и маркируя начало второго обмена. Обращение выполняет важнейшую функцию как контактоустанавливающий регулятив, привлекая внимание С и эксплицитно назначая его в качестве адресата. Обращение, произнесенное с высоким падающим тоном и отделенное паузой, имеет признаки самостоятельного метакоммуникативного хода. Оно может быть квалифицировано как ***вызов*** (summons) [7, 129-131] – один из вариантов открытия обмена (opening) [5, 237], наряду с ***обрамляющим*** и ***фокусирующим*** ходами [5, 238], что характерно для метакоммуникативных обменов, организующих дискурс. В данном случае это обрамляющий ход. Он выполняет не тематическую, а лишь подготовительную функцию по отношению к инициативной части обмена. Центральным тематическим и прагматическим компонентом всего первого репликового хода, придающим ему семантическую насыщенность и функциональную направленность, является (2) – вопрос. Он вводит ситуативно обусловленную тему и открывает обмен, требуя ответного комментария. Вопрос обоснован достоверностью факта смерти младенца, результатом которого является данный процесс. Своим ходом О подводит к формулировке проблемной ситуации. Ходами (2) и (3) конструируется коммуникативная модель события, в данном случае выстраивается речевой сценарий (обвиняемая – некомпетентный врач), по которому можно судить и о соответствующей когнитивной модели.

Ходу (2) мы бы хотели уделить особое внимание. Дело в том, что интеррогативные конструкции со стороны О или З используются, как правило, не просто для запроса информации, а для обозначения тех аспектов обсуждаемой проблемы, которые требуют дополнительного рассмотрения с целью привлечения к ним пристального внимания. В момент постановки вопроса свидетелю О или З, как правило, уже имеет свой вариант ответа, который он и предлагает аудитории в качестве возможного ответа на вопрос относительно виновности обвиняемого. Опираясь на данный вывод, можно предположить, что большое количество вопросов к С в полной мере могут быть названы риторическими, и в основном служат актуализацией регулятивной стратегии приватизации знаний.

Ход (4) – реактив по отношению к (3). Его нельзя трактовать как просто элементарный акт благодарности за ответ на поставленный вопрос. Новое знание, которое окружающие получили, проинтерпретировав это высказывание, особенно его экспликатуру, подтверждает импликатуру предыдущих ходов обвинения и, по мнению О, однозначно указывает на то, что обвиняемая виновна в смерти и этого младенца. Необходимо уделить особое внимание слову "*спасибо*" в рамках судебного процесса. Данное слово несет дополнительную, функциональную нагрузку – указание на то, что сторона получила именно ту информацию, которую стремилась получить для доказательства своей правоты. В противном случае, если ожидания О и З не оправдались, последние, как правило, переходят к другому вопросу, не заостряя внимания на несостоявшемся доказательстве.

Ходом (5) *у меня больше нет вопросов*, З выражает удовлетворение своей акцией, после чего наступает невокализованная пауза, которую Обвинитель держит, закрыв тем самым обмен (1-5). С дискурсивной точки зрения регулятивом, которым пользуется О, становится ***коммуникативно значимое молчание*** [1, 15; 4, 96]. Этот на первый взгляд незначительный невербальный прием показывает, что "аудитория" в многостороннем общении играет далеко не ту пассивную роль, которую ей иногда отводят. Можно утверждать, что роль данного прагматического фактора в коллективном общении выше, чем в классическом диалоге в диаде [8, 128; 9, 132]. Коммуникативно значимое молчание, конструирующее ***нулевой ход*** [5, 227], насыщено импликатурами, инференционно выводимыми из реактивного хода (3) предыдущего обмена. Обезопасив свою позицию социально и дискурсивно, импликатурой указав на вероятные истоки проблемы [*по вине обвиняемой погибло такое большое число младенцев*], О, опять-таки имплицитно, прогнозирует решение вопроса в свою пользу, завершая тем самым опрос Свидетеля. Данный ход он сопровождает невербальными действиями (спокойно перебирает бумаги), демонстрируя окончание своих речевых действий.

Этот момент на стыке (5) и (6) ходов весьма примечателен для процесса принятия решения. Проблемная ситуация названа, и ее анализ и решение переходят в компетенцию Защиты, чем последняя немедленно пользуется. Нужно отметить, что паузу, которую Обвинитель хотел выдержать, Защита сводит до минимума. В его интересы не входит, чтобы аудитория попала под психологическое воздействие данной статистики (3). Защита стремительно ее нарушает.

Прагматически и предметно-тематически вторая часть трансакции тесно связана с первой. По предмету и глобальной теме она развивает первую: здесь речь все еще идет о детской смертности, но в этом случае не только в практике Обвиняемой, а по общим показателям по родильному дому.

Первый ход второй части трансакции (6) также представляет собой вокатив, но он отличается от первого обращения с точки зрения социально-психологического климата "группы" и ее культуры. Ход (6) – фокусирующий ход. Им подтверждается изменение событий в ходе судебного заседания – слово переходит к З. Данный ход – символ переключения внимания на реплику З и как контактоустанавливающий сигнал обратной связи. Мы не сомневаемся в правомерности приписывания ему статуса отдельного хода, так как это не просто пример обращения. Обращение к свидетелю по имени-отчеству, а не сухое "*свидетель*" (1), интонация заинтересованности налицо демонстрируют не просто тривиальную вежливость. В нем четко просматривается тактика З найти в С союзника. Ход (7) очень важен с когнитивной и психологической точек зрения. Дискурсивная модель (7) (альтернативная "статистике в практике обвиняемой") относительно родов в целом по родильному дому, реализуется не только в перечисленной выше лексике, которая указывает на осложнения при родах, но и в синтаксисе бытийных конструкций с обозначением времени, близких по своему грамматическому значению: (2) – *в практике обвиняемой*, (11 лет), (7) – *в год* (по роддому). В ходе (7) общая тема получает новую перспективу и точку зрения, которую привносит З. В этом фрагменте очень хорошо показана динамика двух говорящих (О и З), так как ключевым моментом дискурса является своего рода "***эхо***" [5, 239] предыдущего обмена. Такие явления характерны для группового общения, но не для диад.

Ход (7) – прагматически весьма сильный инициативный ход. Он представляет собой прямой вопрос, к тому же резко взятый. Защите очень хорошо удается, пользуясь тем же приемом использования статистики, направить ход процесса абсолютно в другое русло. В данном эпизоде можно проследить, как правильная постановка вопроса может повлиять на результат процесса. В новом контексте вопрос (7) инференционно интерпретируется не только как запрос информации о детской смертности в данном роддоме, но и о том, что тяжелые роды – рядовая ситуация, не представляющая собой ничего экстраординарного. Однако связь синтаксиса и лексики в (2) и (7) очевидна – этим во многом обеспечиваются и локальная грамматическая когезия и глобальная тематическая когеренция.

Следующие за этим ходы С (8-9), (12-14) преследуют общую цель – сделать все возможное, чтобы помочь коллеге. Получив санкцию на право голоса со стороны З, С не торопится высказаться. Он прекрасно осознает, что в первом обмене его ответы не способствовали реабилитации обвиняемой. Если допустить, что ход (8) отсутствует в диалоге, то при эксплицируемых предварительных условиях оказывается, что единственного хода (9) вполне достаточно для нормального завершения всего обмена. Это отводит акту (8) роль вспомогательного хода в сложном (8-9). Но (8), несмотря на избыточность, выполняет важную риторическую функцию дискурсивного конструирования проблемной ситуации и в этом смысле намечает пути развития диалога, приведшие к (10) и (11).

Главной же "достопримечательностью" обмена можно смело назвать ход (10), своим появлением обязанный групповому характеру разговора и заставляющий задуматься о самом смысле понятия обмен. Ход (10) не просто охарактеризовать как только инициативный или реактивный. Он обладает в равной мере обоими этими качествами. Как реактивный данный ход сначала подтверждает восприятие З предшествующей информации, где как раз возникает интерсубъективное ощущение проблемности референтной ситуации. Признаком того, что данный ход инициативный, является то, что он не просто требует у собеседника подтвердить адекватность восприятия, но и как-то изменить его речевое поведение.

Реакцией на (10-11) является ход (12). Его роль видится не столь репрезентативной, как (8) и (9). Ответ все равно состоялся бы и без (12): (8) и (9) вполне достаточно, чтобы вычислить необходимую импликатуру, что *Алиса Викторовна* (и.о. обвиняемой – прим. И.В.) – очень опытный специалист. Ход (12) выполняет важную функцию дискурсивного конструирования проблемной ситуации. В этом смысле он ставит точку в вопросе о сомнениях окружающих в профессионализме обвиняемой. Ход (12) в терминах теории релевантности – это независимое от контекста ***усиление*** или ***подтверждение*** [5, 231]: новое знание, которое слушающие получили, проинтерпретировав это высказывание, особенно его экспликатуру, подтверждает импликатуру предыдущих ходов и однозначно указывает на то, что смерть произошла не по вине обвиняемой.

Ход (13) *крайне низкий* – конструирует деонтическую модальность нормы с анафорическим указанием на 11-и летнюю практику Обвиняемой, который вместе с ходом (14) наполняет-

ся конкретным смыслом: *Алиса Викторовна – один из лучших специалистов по городу в этой области.* Данный дискурсивный сценарий эксплицирует общее положение дел, существующее в среде акушерства и гинекологии данного города. Его суть сводится к тому, что, несмотря на то, что патология при родах случается очень часто, Обвиняемая спасает новорожденных в большинстве случаев, снижая детскую смертность. То, что С называет Обвиняемую по имени-отчеству, и то, с какой теплотой он о ней отзывается, играет важную роль в организации социально-дейктического поля, а так же индексации межличностных и социальных отношений. Это также указывает на то, что Обвиняемая снискала уважение и заслужила авторитет среди коллег. Эта ситуация и стала референтной во второй половине трансакции по воле Защиты, которую последняя закрывает традиционным для подобной ситуации ходом (15-16).

Первичная инициатива Обвинителя не достигла цели. Он так и не раскрыл свою тему, а Защита не упустила возможности и смогла сохранить собственную тональность общения. В результате именно инициативные шаги Защиты достигли цели. С интеракционной точки зрения и первая, и вторая часть трансакции представляют собой версии и являются аргументами, состоятельность которых повлияет на принятие решения. Основные фазы этого процесса как раз и соответствуют тем ходам, где синтаксически и лексически полнее представлена модель предметной ситуации: опрос свидетелей всегда представляет собой вопросительную форму (модальный оператор этой пропозициональной установки). В целом вся трансакция характеризуется весьма высоким уровнем глобальной тематической когеренции, локально данный фрагмент дискурса также не страдает от семантических провалов и разрывов.

Схематически всю трансакцию можно изобразить следующим образом:

Обмен 1	***I** (1+2)*
	***R** (3)*
	***F** (4+5)*
	Z
Обмен 2	**I** (6+7)
	R1 (8+9)
	RI (10+11)
	R2 (12+13+14)
	F (15+16)

где **I** – инициативный ход, **R** – реактивный, **F** – отклик, **RI** – реактивно-инициативный, **Z** – нулевой ход.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богданов В.В. Молчание как нулевой речевой акт и его роль в вербальной коммуникации / В.В. Богданов // Языковое общения и его единицы: Сб. науч. тр. – Калинин, 1986. – С. 12-18.
2. Богданов В.В. Классификация речевых актов / В.В. Богданов // Личностные аспекты языкового общения: Сб. науч. тр. – Калинин, 1989. – С. 25-37.
3. Крестинский С.В. Интерпретация актов молчания в дискурсе / С.В. Крестинский // Язык, дискурс, личность: Сб. науч. тр. – Тверь, 1990. – С. 38-45.
4. Крестинский С.В. Коммуникативная нагрузка молчания в диалоге / С.В. Крестинский // Личностные аспекты языкового общения: Сб. науч. тр. – Калинин, 1989. – С. 92-98.
5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса: Учеб. пособие / М.Л. Макаров. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с.
6. Сусов И.П. Семантика и прагматика предложения: Учеб. пособие / И.П. Сусов. – Калинин: Калининск. гос. ун-т, 1980. – 320 с.
7. Francis G., Hunston S. Analysing everyday conversation // Advances in Spoken Discourse Analysis. – London, 1992. – 200 p.
8. Kerbrat-Orecchioni, Plantin A. The Power of Silence: Social and Pragmatic Perspectives. – London, 1993. – 170 p.
9. Kerbrat-Orecchioni C. A multilevel approach in conversation analysis // Paper pres. At the 5th International Pragmatics Association Conf. – Mexico City, July 4-9, 1996. – 188 p.

Рецензент – Н. М. Вахтель.
Статья принята к печати 28.11.2006.

ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ВОПРОСИТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

© 2007 Т.Н. Голицына

Воронежский государственный университет

Как известно, эпистемология – это направление интеллектуальной деятельности, исследующее особенности познавательных процессов. Особое внимание в эпистемологии уделяется тем явлениям, которые приводят к получению знания, к получению новой информации. Любой акт познания начинается с вопроса, опосредован вопросами. По мнению Р. Конрада, вопросительная ситуация возникает тогда, когда осознается "состояние незнания" [1, 349]. Вопросительную ситуацию можно определить как некое противоречие между знанием и незнанием, как отсутствие адекватной информации об объективной действительности. При этом субъект осознает эту информационную недостаточность, испытывает потребность в поиске новых сведений о мире и приобретении нового опыта.

В процессе движения мысли от незнания к знанию исключительную роль играет вопрос. Вербальным средством воплощения вопроса в познавательных операциях являются вопросительные предложения. В зависимости от информационной степени "знания/незнания" можно выделить несколько типов вопросительных предложений: идентифицирующие вопросы *Что это?*, *Кто это?*. Вопрос *Что это?* может быть задан, когда субъект неспособен идентифицировать наблюдаемый предмет или явление, нечто дано в опыте, мышлении. Значение его пока неизвестно. Вопрос *Кто это?* предполагает, что наблюдаемый феномен – живое существо. Объем начальной информации несколько больше, нежели в предыдущем вопросе.

Вопросительные предложения временной ориентации: *Какое сегодня число? День? Который час? Когда вы встречались?* могут быть интерпретированы следующим образом. У каждого человека есть внутренняя шкала ("временная перспектива"), на оси которой он ведет отсчеты, что было раньше, что позже. Временная ориентация невозможна без мощной информационной базы и определенных навыках ее использования.

Следует сказать, что данные вопросительные предложения входят в блок собственно-вопросительных предложений [1, 1970], требуют развернутого конкретного ответа, обязательно включают в свой состав вопросительные местоименные слова. При этом субъект демонстрирует полную неосведомленность относительно запрашиваемой информации.

Между тем среди собственно-вопросительных предложений можно выделить такие предложения, в которых, помимо вопроса, содержится сообщение. С их помощью запрос информации осуществляется несколько по-другому. Рассмотрим примеры.

– *Почему вы не остались с Любимовым, а выбрали Губенко?* (из интервью с Зинаидой Славиной). Это вопросительное высказывание может быть интерпретировано следующим образом: интервьюер сообщает о двух режиссерах в одном театре, о разделении, о выборе актрисы. Ему неизвестны мотивация и причины выбора. Именно о них он спрашивает.

– *В какой степени кризис отразился на искусстве оперы?* (из интервью с Борисом Покровским). Интервьюер говорит о кризисе в современном искусстве, его интересует, есть ли кризис в опере.

– *Почему вы ушли из Большого театра?* (из интервью с Борисом Покровским). Напоминается, что Покровский долго работал в Большом театре. Проблематична причина его ухода.

– *Какой она (Наталья Давыдова) была певицей?* (из интервью с Борисом Покровским). Сообщается, что в Большом театре была певица Н. Давыдова. Интервьюер хочет знать, как она пела.

–*А как же ваша Шарлотта в "Вишневом саде"?* (из интервью с Зинаидой Славиной). Сообщается, что Славина играла роль Шарлотты. Эта роль не соответствовала амплуа актрисы. Как она с ней справилась?

В вопросительных предложениях этой структуры субъект демонстрирует свою посвя-

щенность, достаточную информированность, причастность. Вопросы возникают как результат наличия у субъекта определенного знания. Их можно квалифицировать как вопросительные предложения "расширительной" информированности.

Удостоверительно-вопросительные предложения строятся на базе сложных синтаксических конструкциях типа: *правда ли, что; верно ли, что.* Ср. примеры:

***Верно ли, что** в числе тех счастливцев были и вы, будущая звезда Таганки? **Правда ли, что** Любимов мог и наорать?* (из интервью с Зинаидой Славиной); ***Правда ли, что** у нас женщин (журналистов) за границу не выпускают?* (Л. Шевякова).

По сути, в данном случае мы имеем дело с сообщением конкретной информации, говорящий ждет ее подтверждения (в первую очередь) или отрицания со стороны собеседника:

– Правда, что Любимов мог и наорать? – Юрий Петрович всегда говорил вслух все, что думал. Какой там шепот! (из интервью с Зинаидой Славиной).

Предложения с *правда, верно* интерпретируются так. Дана информация о событии (факте), она исходит от "другого" (лиц, источников). С помощью этой конструкции вводится как бы новый источник информации. Эта вопросительная форма дает возможность получить дополнительную информацию, которая подтверждает или отрицает ту, что уже имеется, и проверить ее (верификационный вопрос).

К этому же типу вопросительных предложений относят и вопросы, оформленные с помощью частиц *ли, неужели, разве.* Ср. примеры:

*– Дело прошлое, Зинаида Анатольевна. Был **ли** роман? Выиграл **ли** от этого зритель?* (из интервью с Зинаидой Славиной). *Есть **ли** предел в естественных науках, край, за которым нечего будет изучать и исследовать? Была **ли** какая-то причина, по которой наши ученые почти тридцать лет не получали Нобелевских премий?* (из интервью с Жоресом Алферовым).

Смысловое устройство вопросов с частицей ли можно представить следующим образом: есть информация о некоем событии, но ее достоверность вызывает сомнение. Субъект демонстрирует свою отстраненность от располагаемой информации. В данном случае нет открытого противопоставления одного информационного блока другому. Этот вопрос имеет характер дизъюнкции. Собеседнику надо выбрать из двух возможных ответов единственный истинный ответ.

Вопросительные высказывания с частицами *разве, неужели*, на наш взгляд, в сфере поиска информации нерелевантны, так как в их значении может наличествовать оценка, а не запрос информации. Ср. примеры:

***Разве** можно строить жизнь в противовес кому-то? **Неужели** надо было пять лет учиться в университете и еще пять лет трудиться, чтобы стать наконец помощником секретарши, даже очень ответственной?* (Л. Шевякова). ***Неужели** вот тот – это я? Разве мама любила такого?* (В. Ходасевич); *Рассказывают, что, когда умер Высоцкий, вы прибежали к Золотухину со словами: "Ты – следующий. Или Бортник. **Неужели** на Таганке так много пьют?"* (из интервью с Зинаидой Славиной).

По смыслу и функции эти высказывания близки к риторическим вопросам. Они выражают эмоциональное отношение, представляют собой негативное утверждение.

Удостоверительно-вопросительные предложения частного характера обычно строятся на базе простых синтаксических конструкций того же лексико-грамматического состава, что и повествовательные предложения. Значение вопроса они приобретают с помощью специального интонирования, выделения сказуемого или другого грамматического члена, которые таким образом выражает запрос информации. Ср. примеры:

Вы общаетесь со старыми товарищами "по ту сторону" Таганки? (из интервью с Зинаидой Славиной); *Вы были счастливы в Большом театре? Вы поняли, что ждет искусство?* (из интервью с Борисом Покровским).

Такого рода вопросы можно было бы назвать прогнозирующими, так как ответы на них позволяют сделать вывод о возможностях, предпочтениях собеседника, определить его статус. Ср.:

– У вас есть формула успеха? – Какой-то ярко выраженной мечты у меня нет. У меня есть интерес. У человека обязательно должен присутствовать в жизни и работе какой-то положительный азарт. Работа депутата открыла мне новую дверь: новый мир, новые возможности. И, когда я понимаю, что могу что-то исправить в нашей законодательной системе, я получаю колоссальное удовлетворение. И, представьте себе, чувствую себя полностью счастливым человеком (из интервью с Андреем Скочем).

В предположительно-вопросительных предложениях, как известно, уже содержится потенциальный ответ о реалиях, неизвестных говорящему. Ответ может подтверждаться собеседником, а может быть заменен другим ответом. Этот тип вопросительных предложений по структуре также соответствует повествовательным предложениям. Сущность вопроса выражается интонацией. Ср., например:

Ее ты тоже боишься? Тебе не нравится мой обед? Но ты же не веришь в бога? Ты ведь мой лучший друг? (Л. Шевякова).

В качестве ответных реплик на предположительно-вопросительные предложения могут служить *да* и *нет*. *Да* подтверждает ожидаемый субъектом ответ, *нет* сигнализирует о несоответствии ожидаемого и полученного ответов. В этом случае отрицание следует аргументировать. Ср.:

– *Тебе не нравится мой обед?*

– *Нет! Сациви совершенно резиновое. А пирог? Даже самая плохая хозяйка не сделает у нас такое клейкое тесто и пережаренную начинку!* (Л. Шевякова).

Предположительно-вопросительные предложения свидетельствуют о том, что у говорящего сложился некий стереотип относительно имеющейся информации. Собеседник должен его подтвердить или отвергнуть.

Анализ вопросительных предложений позволяет считать, что среди вопросительных предложений в русском языке мало вопросов с нулевой или минимальной информацией. Большинство вопросов возникает из результатов предшествующего знания. Субъект может располагать достаточно точной информацией, а может быть осведомлен о ситуации частично. Кроме того, содержание вопросительных высказываний имеет познавательное значение, так как выполняет функцию организации данных, связывает неизвестное с тем, что дано, известно.

Проблема координации человека в мире его знаний и представлений остается трудноразрешимой, так как она соединяет и субъективные, и объективные элементы бытия человека, отражает взаимодействие сферы фактов и сферы мнений. Но для современного социума ее решение необходимо. И поэтому требуется дальнейшее описание всех средств языка, с помощью которых человек определяет свое положение в мире культурных знаков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вопросительные предложения как косвенные речевые акты / Р. Конрад // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М., 1985. – С. 349–384.

2. Распопов И. П. Строение простого предложения в современном русском языке. / И. П. Распопов– М., 1970. – 186 с.

Рецензент – Н. М. Вахтель.

Статья принята к печати 12.12.2006.

АВТОРСКАЯ ПЕСНЯ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ЖАНР

© 2007 Л. Н. Дьякова

Воронежский государственный университет

Феномен русской авторской песни уникален. Авторская песня живет в России уже многие годы и сохраняет своих поклонников и сторонников, несмотря на коренные социально-политические, экономические и культурно-исторические изменения в стране.

Причины этого – в важной особенности русской авторской песни: ее "вписанности" в русскую культуру в целом и в русскую коммуникативную культуру – в частности. Дело в том, что авторская песня – это форма проявления жанра общения по душам, столь свойственного и столь желанного для русского человека.

Наиболее яркой особенностью авторской песни как речевого жанра русской культуры является, несомненно, ведущее положение слова, текста в диаде "текст-музыка". Отсюда и напевная декламационность исполнения [2, 119], которая отражает основное внимание к смыслу, содержанию текста.

При всей важности музыки именно слова составляют суть авторской песни, именно слова являются поводом для ее создания, и именно слова делают авторскую песню важнейшим инструментом дружеского, неформального общения. Примат слова над музыкой делает русскую авторскую песню важнейшим элементом русского общения, отражает исконное стремление русского человека к доверительному разговору с собеседником.

Чем же отличается текст авторской песни от текста обычного стихотворения, написанного непрофессиональным поэтом? Важнейшей чертой бардовского текста (термины "авторская песня" и "бардовская песня" мы используем как синонимы. – *Л. Д.*) в любом случае оказывается его "внутренняя музыка", заключенная в тексте мелодичность.

Например, стихотворение ученого-биолога Д. А. Сухарева (Сахарова):

Альма-матер, альма-матер –
Белая ладья.
Белой скатертью дорога
В ясные края.
Альма-матер, альма-матер,
Молодая прыть.
Обнимись, народ лохматый,
Нам далеко плыть!

Ритм, повторы в этом стихотворении мелодичны по сути, "волнообразны". Не случайно это стихотворение вдохновило В. Берковского, ученого-металлурга, написать в конце 70-х гг. песню на эти стихи, любимую и популярную до сих пор.

От профессиональной поэзии текст авторской песни отличается опять-таки особой мелодичностью, а также некоторой упрощенностью языка, даже некоторой "приземленностью". Для него также во многом бывают характерны элементы бытовой тематики, тематика повседневности, повседневного окружения человека. К этому обязывают условия, в которых изначально исполняется авторская песня. Ее часто поют хором, чтобы песню можно было легко запомнить:

Ветер бродит по лесным дорожкам.
Ты ведь тоже любишь вечера.
Подожди, постой еще немножко,
Посидим с товарищами у костра

(А. Якушева)

Две последние строчки обязательно повторяются, это своеобразный закон для большинства бардовских текстов – ведь их удобно подпевать хором даже при первом исполнении.

От профессионального песенного текста текст авторской песни отличается, прежде всего, предельной искренностью, как говорил А. Городницкий, "потому что авторская песня не терпит фальши. Она не навязывается слушателям телевидением и радио, а насильно слушать вранье у костра никого не заставишь" [1, 189]. Кроме

того, для бардовского текста, в отличие от профессионального песенного текста, всегда характерен ярко выраженный диалогизм – это, пожалуй, ведущая типологическая черта бардовского текста. Бардовский текст очень часто содержит прямое обращение к слушателю. Обратимся к творчеству Вадима Егорова:

Верь,
если счастье ушло и захлопнулась дверь – верь.
Верь
В голубую страну на лазурной гряде,
где
ни бессонниц, ни бед, ни вралей, ни зануд,
где
что ни женщина – ту только Верой зовут,
где
плещут рыбы в воде,
где
настежь каждая дверь – верь.
Только верь!

Отметим также, что важнейшим содержательным компонентом авторской песни является само общение, которое представлено в текстах широко и разнообразно. Авторская песня широко изображает само общение, диалог.

Вспомним такие известные песни, как "Диалог у новогодней елки" (Ю. Левитанский – С. Никитин), "Трубач" (М. Щербаков), "Дела" (В. Егоров), "Говоришь, чтоб остался я" Ю. Кукина, "Мы с тобой давно уже не те" Ю. Аделунга, "Я приглашаю вас в леса" А. Якушевой и Т. Визбор, "Давай с тобой поговорим" О. Митяева, "Почтальонка" (Д. Сухарев – В. Никитин) и многие, многие другие.

В авторской песне часто используются глаголы в побудительном наклонении, которые призывают слушателя-собеседника к осуществлению неких дружеских совместных действий: *давай, начнем, нальем, споем, спой, поднимем, посидим, возьмемся* и мн. др., что также является важным языковым приемом создания диалогизма.

В тексте авторской песни мы часто находим яркую *положительно-эмоциональную оценку совместного общения* и шире – совместного пребывания, объединенного песней – классическим выражением этого элемента бардовской песни является одна из самых известных песен О. Митяева "Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались".

Авторская песня постоянно *осмысливает феномен дружеского общения в узком кругу*, размышляет над разными его сторонами, любуется искренним и дружеским общением людей. Ср. песню В. Ланцберга:

Шепчутся деревья, пламя небо лижет,
Впереди далекий путь нелегкою тропой.
Брось свои печали, лучше сядь поближе
И еще раз песню ту пропой.

Может, просто больше не бывать такому,
Может, просто мы с тобой немного на войне,
Сверим наши струны, новый мой знакомый,
Чтобы быть уверенней вдвойне!

Вроде бы недавно рядом мы сидели
И из одного с тобой хлебали котелка,
Но легли меж нами версты и недели,
И минута эта далека...

Авторская песня выступает как форма, средство общения в узком кругу друзей, текст авторской песни *адресован, направлен на дружеский круг знакомых людей*, разделяющих мировоззрение и эстетику автора-исполнителя.

Отмеченные выше особенности авторской песни приводят к мысли о том, что русская авторская песня представляет собой особый коммуникативный жанр в русской коммуникативной культуре, она является особым жанром русского общения.

Можно утверждать, что русская авторская песня в определенном смысле непосредственно вытекает из доминантных особенностей коммуникативного поведения русского народа. Мы согласны, что "в русской авторской песне находят отражение и выражение такие важнейшие черты коммуникативного поведения русского человека, как общительность, искренность, эмоциональность, нелюбовь к светскому общению, стремление к неформальному общению, сдержанная самоподача, откровенность в общении, приоритетность разговора по душам, широта обсуждаемой информации, интимность и широта запрашиваемой и сообщаемой информации, проблемность повседневного бытового общения, коммуникативный пессимизм, стремление к постоянству круга общения" [3, 135]. Все это действительно находит выражение и отражение в авторской песне.

Но главное в текстах русской авторской песни, с нашей точки зрения, это ее ориентация на душевное общение автора со слушателем, *стремление к разговору по душам*, то есть типично русскому жанру общения. Большинство классических текстов авторской песни *представляет* собой именно разговор по душам, они *поют гимн* душевному, искреннему общению.

Для русского человека, как известно, *разговор по душам* очень важен, он стремится к такому общению Русский человек старается придать

многим своим коммуникативным актам черты именно разговора по душам.

"Это обычно долгий, без ограничения во времени, дружеский разговор двух людей в медленном, задушевном темпе, негромко. Возможно прикосновение друг к другу. Это разговор преимущественно дома, в неформальной одежде, за едой или выпивкой, когда обе стороны жалуются друг другу на жизнь и клянутся в дружбе и поддержке, взаимопонимании, с обсуждением всех личных, в том числе психологических проблем, включая проблемы личной, интимной жизни. Любые темы допустимы, фактически нет тематических табу, могут задаваться любые вопросы. Русские люди любят раскрывать свою душу собеседнику, не стесняются это делать, не стесняются рассказать о сокровенном, могут излить душу постороннему, попутчику в поезде. Отсутствие признаков разговора по душам в ситуации длительного разговора один на один, даже с незнакомым, обычно рассматривается в русском общении как уклонение от искренности. Русский человек склонен рассматривать такой разговор как коммуникативную неудачу. Человек, уклоняющийся от разговора по душам, оценивается негативно – он неискренен, не отвечает взаимностью"[4, 116].

В авторской песне очень часто актуализируются мотивы дружбы, сочувствия, понимания другого человека, взаимопомощи в трудную минуту, обсуждение личных психологических проблем, бытовых трудностей, в ней содержатся искренние монологи от первого лица на самые сокровенные для человека темы. Ср.:

Когда б мы жили без затей,
Я нарожала бы детей
От всех, кого любила –
Всех видов и мастей,
И, гладя головы птенцов,
Я вспоминала б их отцов,
Одних – отцов семейства,
Других – совсем юнцов.

Их не коснулась бы нужда,
Междоусобная вражда –
Уж слишком были б непохожи
Птенцы того гнезда...

(В. Долина)

Искренность, эмоциональность, откровенность – важнейшие характерологические черты разговора по душам, и мы находим все эти коммуникативные качества в текстах авторской песни.

Разговор по душам предполагает *неформальность общения*, к которой так стремится русский человек. И опять мы находим это в бардовской песне.

"Неформальность" текста бардовской песни в языковом плане проявляется в широком использовании в текстах бардов разговорных, неформальных (но не вульгарных!) слов и выражений, в обилии дружеских обращений, использовании простого, повседневного языка.

В содержательно-тематическом плане неформальность бардовского текста связывается как с традиционно неформальными местами исполнения самой песни, так и с пространством существования лирического героя – *лес, костер, поход, горы, тундра, море, река, дорога, переносимые физические трудности*. Зачастую это пространство становится впоследствии своеобразным культурным символом. Так, Б. Окуджава воспел Арбат, Ю. Визбор – горы, В. Высоцкий – быт московских дворов, В. Долина – дом, кухню, детскую колыбель, мир женщины-матери. Есть своеобразные "фирменные" бардовские песни – и для путешествия по реке, и для альпинистов, и для военных и т. д.

Лирический герой бардовской песни часто оказывается в таких ситуациях и пространствах, как *вокзал, аэропорт, пристань, причал, прощальная линейка в спортивном лагере, турбаза, отъезд, расставание* и т. д. Бардовская песня помогает русскому человеку выразить его эмоциональное состояние при прощании, расставании с близкими друзьями – "Милая моя" (Ю. Визбор), "А все кончается, кончается, кончается..." (В. Канер).

Исполнение авторской песни связано с неформальностью самой обстановки исполнения. Даже если авторская песня звучит в зале, зрители ведут себя достаточно неформально, сидят на ступенях зала или на полу, поют, сидят обнявшись, раскачиваются и т. д.

Неформальность, таким образом – это и условие исполнения авторской песни, и "эффект" от ее исполнения: будучи исполняема, она неизменно создает неформальность коммуникативной ситуации.

Таким образом, практически все качества разговора по душам ярко обнаруживаются в текстах русской авторской песни.

Русская авторская песня соответствует практически всем признакам русского коммуникативного жанра "разговор по душам", она сама выступает художественной формой такого разговора – интимного, честного, доверительного, дружеского, откровенного.

Можно, видимо, говорить о двух функциях авторской песни в русской коммуникативной культуре: о первичной и вторичной.

Первичная коммуникативная функция авторской песни – *средство дружеского общения*

по душам среди единомышленников; в этой функции авторская песня выступает на фестивалях, а также после них, в дружеских компаниях после каких-либо массовых мероприятий. Как фестивали авторской песни, так и исполнение авторской песни у костра, в небольших компаниях – это способ проведения времени в дружеском кругу, форма общения, объединения людей в кругу "своих".

Вторичная коммуникативная функция может быть названа *консолидирующей*, это функция объединения людей в трудных, тяжелых условиях – в походе, в горах, в горячих точках, функция объединения людей в преодолении трудностей и общих воспоминаниях о пережитом.

Таким образом, русская авторская песня – не только отражение, воплощение, способ проявления ряда важнейших принципов русского общения, но и фактически один из русских коммуникативных жанров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беленький Л. П. Люди идут по свету: книга-концерт / Под ред. Беленького. – М., 1989. – 399 с.

2. Пухова Т. Ф. Авторская песня и фольклорная традиция // В. М, Акаткин, Т. Ф. Пухова, И. А. Стернин // Городской романс и авторская песня. – Воронеж, 2002. – 144 с.

3. Стернин И. А. Авторская песня и русское общение // В. М, Акаткин, Т. Ф. Пухова, И. А. Стернин // Городской романс и авторская песня. – Воронеж, 2002. – 144 с.

4. Стернин И. А. Русское коммуникативное поведение / М. К. Попова, А.Б, Ботникова // Проблема национальной идентичности в литературе и гуманитарных науках XX века. – Воронеж, 2000. – С. 95-128.

Рецензент – Н. М. Вахтель.
Статья принята к печати 26.09.2006.

НОМИНАТИВНОЕ ПОЛЕ КАК ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТА

© 2007 Е.А. Зацепина

Борисоглебский государственный педагогический университет

Под номинативным полем в когнитивной лингвистике понимается совокупность языковых единиц, объективирующих содержание концепта в определенный период развития общества [1, 46]. Построение номинативного поля концепта является первым условием его лингвокогнитивного анализа, поэтому от строгости и последовательности построения номинативного поля зависит эффективность и полнота выявления содержания и структуры исследуемого концепта.

"Построить" номинативное поле концепта можно двумя способами. Первый предполагает выявление только прямых номинаций концепта – ключевого слова и его синонимов (как системных, так и окказиональных).

Второй, более трудоемкий, предполагает выявление всего доступного исследователю номинативного поля концепта, включая гипонимы и наименования различных отдельных признаков концепта, обнаруживающихся в разных ситуациях его обсуждения. Такой способ дает гораздо более глубокие и достоверные результаты [1, 124-125].

Кроме того, можно ограничиться при описании системными языковыми средствами номинации концепта, а можно подключить к анализу и окказиональные номинативные единицы, так как они также дают важный и самобытный материал для описания и построения модели концепта.

Рассмотрим приемы построения номинативного поля на примере концепта "вежливость".

УСТАНОВЛЕНИЕ КЛЮЧЕВОГО СЛОВА-РЕПРЕЗЕНТАНТА

Объективация исследуемого концепта в сознании носителей языка осуществляется лексемами *вежливый, вежливость*.

Выбор лексем в качестве ключевых объясняется их большей частотностью по сравнению с лексемами со схожей семной наполненностью; кроме того, они наиболее обобщенно выражают значение вежливости.

Кроме того, концепт объективируется словосочетанием *вежливый человек*, которое объективирует концепт через представление качеств вежливого человека и действий, которые он совершает по отношению к окружающим.

Основным, ключевым словом-репрезентантом концепта предлагается считать лексему *вежливость*.

УСТАНОВЛЕНИЕ ЯДРА НОМИНАТИВНОГО ПОЛЯ

Анализ синонимического ряда ключевого слова позволяет получить более полное представление о когнитивных признаках концепта. Лексема *вежливый* является доминантой в синонимической парадигме, заключая в себе основное значение данной микросистемы – о человеке: соблюдающий правила приличия, проявляющий учтивость (Словарь синонимов русского языка / Под ред. А. П. Евгеньевой, 2000)

Лексема *учтивый* определяется как проявление внимания и предупредительного отношения к кому-либо, *корректный* – как способность вести себя в полном соответствии с существующими правилами поведения.

Уважительный акцентирует внимание на проявлении уважения к окружающим.

Лексема *обходительный* имеет дополнительную сему "приветливый в обращении".

Лексемы *предупредительный* и *любезный* отличаются от доминанты дополнительными семами "готовность помочь, оказать услугу".

Слово *галантный* определяется как "изысканно вежливый и любезный по отношению к женщине".

Синонимический ряд образует ядро номинативного поля концепта.

УСТАНОВЛЕНИЕ ПЕРИФЕРИИ НОМИНАТИВНОГО ПОЛЯ

1. Построение словообразовательного поля ключевого слова. Слова, составляющие словообразовательное гнездо лексемы *вежливый* [2], немногочисленны. Лексема *вежливый* послужила производящей для антонима *невежливый*, наречия *вежливо,* существительного *вежливость* и сложного прилагательного *почтительно-вежливый*. Примечательно, что в словообразовательном ряду отсутствует название человека, обладающего данным свойством (*ср. грубиян*).

Слово *вежливенько* имеет дополнительную коннотативную сему *иронически*. Частеречная принадлежность словообразовательного гнезда ограничена существительным, прилагательным, глаголом и наречием.

2. Построение ассоциативного поля концепта. Для достаточно полного выявления содержания исследуемой лексической единицы был использован комплекс психолингвистических методик, включающих свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент, метод субъективных дефиниций.

Свободный ассоциативный эксперимент предполагал выявление дополнительных компонентов значения исследуемой лексемы, не зафиксированных в лексикографических источниках. Испытуемые (550 человек) получили следующую инструкцию: “Мы изучаем ассоциации, которые вызывают те или иные слова. Пожалуйста, прочитайте предлагаемый список слов и около каждого напишите первое слово, которое придет Вам в голову. Работайте быстро, не раздумывайте долго. Если ни одно слово не приходит в голову, ставьте прочерк. Просим Вас не вносить никаких изменений в свои ответы”.

Испытуемым был предложен список слов: *высота, общение, поведение, удивление, кактус, грубость, образование, анекдот, рассвет, поражение, вежливость, помощник, внешность, атлет, занятие*. Обрабатывались только реакции на интересующие исследователя стимулы *вежливость* и *грубость*.

Метод субъективных дефиниций позволил выявить реальное содержание исследуемых концептов в сознании носителей русского языка. Было опрошено 510 человек (210 мужчин и 300 женщин). Испытуемым предлагалось продолжить фразу: *Вежливость – это...*

Также был проведен направленный ассоциативный эксперимент, в котором приняло участие 502 человека (209 мужчин и 293 женщины). Испытуемым предлагалось письменно ответить на вопрос: *Вежливый человек – какой?*

Результаты экспериментальных исследований были обобщены в процессе обработки полученных данных.

Экспериментальные методики позволили выделить многочисленные когнитивные признаки, не фиксировавшиеся традиционными методами описания концепта через значения номинирующих его единиц.

3. Построение лексико-фразеологического поля. Были установлены русские лексемы и устойчивые словосочетания, связанные по смыслу с ключевым словом “вежливость”. Эти единицы выписывались методом сплошной выборки из Большого толкового словаря русского языка под ред. С. А. Кузнецова. Значения некоторых лексем уточнялось в других толковых словарях. Кроме того, выписывались фразеологические единицы из словарей фразеологизмов русского языка. В результате было выявлено 325 лексических единиц и 36 фразеосочетаний, которые представили ядро и периферию поля “Вежливость”.

4. Анализ художественных текстов. Из текстов современной прозы было выделено 70 номинаций видовых разновидностей денотата концепта “вежливость”, которые также были включены в номинативное поле исследуемого концепта и в дальнейшем позволили выявить дополнительные когнитивные признаки.

5. Анализ лексической сочетаемости ключевого слова. На синтагматическом уровне можно выделить следующие наиболее распространенные сочетания: *вежливый человек (мальчик, девочка), вежливый официант, продавец, вежливое обращение, обхождение, вежливый вопрос-ответ, вежливая просьба, намек, отказ, вежливый поклон, тон; вежлив по отношению к кому-либо; очень, довольно, особенно, исключительно вежливый; быть, стать, казаться вежливым; вежливо сказать, спросить, намекнуть, поблагодарить; вежливо улыбнуться, поклониться* и т. д. Таким образом, *вежливость* проявляется прежде всего в общении, поведении человека, а также в жестах, мимике, позе.

Некоторые выявленные сочетания с лексемой *вежливость* помогут расширить данные анализа Словаря эпитетов литературного языка, который приводит 33 художественных определения вежливости: *английская, бездушная, врожденная, джентльменская* и др. Такой ра-

курс анализа лексемы *вежливость* позволяет дополнительно выделить ряд когнитивных признаков номинируемого ею концепта.

Сходные процедуры были проведены для выявления номинативного поля концепта “грубость”.

Единицы выявленных номинативных полей были далее подвергнуты семантическому описанию, к которому далее была применена процедура когнитивной интерпретации [3], что позволяет приступить к описанию содержания и моделированию исследуемых концептов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2006 – 226 с.

2. Тихонов М. Словообразовательный словарь / М. Тихонов. – М., 1990 – 480 с.

3. Стернин И. А. Когнитивная интерпретация результатов лингвистических исследований / И. А. Стернин // Новое в когнитивной лингвистике / Под ред. М. В. Пименовой. – Кемерово, 2006. – С. 155-163.

Рецензент – И. А. Стернин.

Статья принята к печати 15.10.2006.

КОНТРАСТИВНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ

© 2007 Л.И. Зимина

Ярославский ГПУ им.К.Д.Ушинского

Мы применили контрастивную методику [1] для описания национальной специфики семантики фразеологизмов с наименованиями частей лица в немецком и русском языках. Продемонстрируем методику поэтапно, показывая, как происходило исследование.

Наше исследование включало следующие этапы.

Первый этап – выделение исходной группировки фразеологических единиц.

Шаг 1. Установление базового списка и структурно-семантическая классификация выделенной тематической группы ФЕ.

В нашем исследовании исходным языком является немецкий, а язык сопоставления – русский. Методом сплошной выборки из фразеологических словарей немецкого языка были выписаны фразеологические единицы, принадлежащие к исследуемой тематической группировке. Источниками материала для исследования послужили следующие словари:

Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Duden Bd. 11. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 1992.

Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. 2., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Duden Bd. 11. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 2002.

Duden. Deutsches Universalwörterbuch. 2. völlig neu bearb. und stark erw. Aufl./Hrsg. von G. Drosdowski. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 1989.

Шаг 2. Синонимическое расширение базового списка.

Соматические компоненты фразеологических единиц базового списка просматривались по синонимическим словарям, что позволило выявить новые ФЕ с наименованиями частей лица, пополнившие базовый список. Были использованы следующие словари:

Duden. Sinn- und sachverwandte Wörter. Wörterbuch der treffenden Ausdrücke. 2, neu bearbeitete, erweiterte und aktualisierte Auflage. Duden Bd. 8. Mannheim – Wien – Zürich: Dudenverlag, 1986.

Duden. Das Synonymwörterbuch. Ein Wörterbuch der sinnverwandter Wörter. 3., völlig neu erarbeitete Auflage. Duden Bd. 8. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 2004.

В результате синонимического расширения, к примеру, установлено, что компонент «Gesicht» имеет следующие синонимы: Schnauze *(salopp)*, Fresse *(derb);* компонент «Mund» – синонимы: Schnabel *(ugs.),* Schnauze *(salopp),* Fresse *(derb),* Klappe *(salopp, meist abwertend),* Maul *(derb abwertend)* и т. д. Далее фразеологические словари были вновь просмотрены с целью выявления ФЕ с данными компонентами.

По итогам *второго шага* базовый список ФЕ пополнился следующими фразеологическими единицами:

Фразеологизмы с компонентом «Maul» (например: ein grobes/böses/gottloses/ungewaschenes Maul haben; das Maul (derb)/das Mäulchen [schon] nach etwas spitzen; jmdm. aufs Maul schauen; jmdm. ums Maul gehen).

Фразеологизмы с компонентом «Schnauze» (например: die Schnauze halten; jmdm. die Schnauze polieren/lackieren; frei nach Schnauze; auf der Schnauze liegen).

Фразеологизмы с компонентом «Klappe» (например: jmdm. fällt die Klappe runter; die Klappe aufreißen; eine große Klappe haben; die große Klappe schwingen; die/seine Klappe halten; jmdm. eins auf die Klappe geben).

Фразеологизмы с компонентом «Fresse» (например: jmdm. die Fresse polieren/lackieren; eine große Fresse haben; die Fresse halten).

Фразеологизмы с компонентом «Schnabel» (например: den Schnabel halten; seinen Schnabel an jmdm. wetzen; reden, wie einem der Schnabel gewachsen ist).

Всего было проанализировано 384 немецких фразеологизма.

Результат I этапа: установлен состав исследуемой группировки фразеологических единиц в немецком языке.

Второй этап – установление фразеологических соответствий исследуемых немецких и русских фразеологизмов.

Каждый немецкий фразеологизм проверяется по двуязычным словарям, выписывались все его возможные соответствия в русском языке.

Использовались словари:

Немецко-русский фразеологический словарь / Сост. Л. Э. Бинович, Н. Н. Гришин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Рус. яз., 1975.

Большой немецко-русский словарь / Под рук. О. И. Москальской. – 2-е изд. – М.: Рус. яз., 1980.

Девкин В. Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики / В. Д. Девкин. – М.: Рус. яз., 1994.

Немецко-русский (основной) словарь / К. Лейн, Д. Г. Мальцева, А. Н. Зуев и др. – М.: Рус. яз., 1992.

Küpper, Heinz "Wörterbuch der deutschen Umgangssprache". Stuttgart – Dresden. Klett Verlag, 1993.

Фразеологический словарь русского языка / Под редакцией А. И. Молоткова. – 3-е изд. – М.: Рус. яз., 1978.

Фразеологический словарь русского языка / Сост. А. Н. Тихонов, А. Г. Ломов, Л. А. Ломова. – М.: Высшая школа, 2003.

Фразеологический словарь русского литературного языка конца XVIII–XX вв. / Под редакцией А. И. Федорова. – М.: Топикал, 1995.

Полученные результаты представлялись в виде списка переводных соответствий каждого немецкого фразеологизма. Например, в подгруппе с компонентом «Nase» немецкому фразеологизму **die Nase über jmdn., über etwas rümpfen** было найдено в двуязычных словарях два русских переводных соответствия:

1) презрительно (по-) морщиться; *скорчить недовольную мину* (НРФС, с. 412)

(с) крутить носом (прост.) (БНРС).

Результат этапа II: выявлен корпус межъязыковых соответствий исследуемых немецких фразеологических единиц в русском языке.

Третий этап – семное описание значений фразеологических единиц в сопоставляемых языках.

Шаг 1. Семное описание немецких фразеологических единиц.

Значения немецких фразеологических единиц подвергаются семному описанию с использованием анализа словарных дефиниций фразеологических и толковых словарей. Дается также буквальный перевод ФЕ, позволяющий выявить фразеологический образ, лежащий в основе фразеологизма. Проводится сравнение фразеологических образов отдельных межъязыковых соответствий.

В результате были получены семные описания немецких фразеологизмов. Например, фразеологизм **Tomaten auf den Augen haben** (*букв.* у кого-л. на глазах томаты) – 'ничего не видеть, ничего не замечать вокруг себя' представлен в результате семного описания следующим набором сем:

1. ничего не видеть
2. ничего не замечать вокруг себя
3. неодобрительное
4. ироническое
5. межстилевое
6. общенародное
7. современное
8. общераспространенное
9. употребительное

Фразеологизм *положить глаз на кого-л., что-л.* представлен следующим набором сем:

1. обратить внимание на кого-л., что-л.
2. остановить свой выбор на ком-л., чем-л.
3. присмотреть себе кого-л., что-л.
4. неоценочное
5. шутливое
6. просторечное
7. общенародное
8. современное
9. общераспространенное
10. употребительное

Шаг 2. Установление частотности употребления исследуемых фразеологических единиц.

Частотность употребления исследуемых фразеологических единиц описывается с помощью следующей шкалы: *употребительное, малоупотребительное, неупотребительное.* Установление частотности употребления осуществляется опросом информантов о частотной характеристике слова. По исследованным немецким фразеологизмам было опрошено 10 человек, по русским – 25 человек (студенты и преподаватели).

Шаг 3. Верификация семного описания.

На данном этапе проводилась процедура верификации описания семного состава исследуемых фразеологических единиц. Мы обратились с просьбой к информантам – носи-

Табл. 1

Семный состав немецкого фразеологизма	Семный состав русского фразеологизма	Тип соответствия
смотреть на кого-либо	смотреть	экв.
недоброжелательно	недоброжелательно	экв.
с завистью	0	безэкв.
0	настороженно	безэкв.
0	с недоверием	безэкв.
неодобрительное	неодобрительное	экв.
уничижительное	уничижительное	экв.
разговорное	разговорное	экв.
общенародное	общенародное	экв.
современное	современное	экв.
общераспространенное	общераспространенное	экв.
малоупотребительное	употребительное	несовп.

телям немецкого и русского языков с просьбой: верифицировать (то есть подтвердить или опровергнуть) наличие выделенных в результате нашего анализа семантических компонентов различных типов.

В результате были уточнены некоторые семантические характеристики исследуемых единиц. Так, информанты определили фразеологизмы **die Nase hängen lassen** – вешать (повесить) нос; **jmdm. in die Nase stechen** (*букв.* колоть кого-л. в нос) – очень нравиться кому-либо как устаревшие и малоупотребительные.

Четвертый этап – семантическое описание контрастивных пар.

Шаг 1. Формирование контрастивных пар.

Под контрастивной парой понимаются две фразеологические единицы сравниваемых языков, выступающие как межъязыковые соответствия.

На этом шаге определялись пары единиц, которые будут подвергаться контрастивному семантическому описанию.

Линейные соответствия формируют одну контрастивную пару, векторные – несколько, по числу соответствий в языке сопоставления, безэквивалентные единицы не формируют контрастивных пар и описываются как «одноязычный» набор сем.

Шаг 2. Семное сопоставление значений контрастивных пар и выявление национальной специфики семантики исследуемых фразеологизмов.

В каждой контрастивной паре сопоставляются отдельные семы, полученные в результате семного анализа и верификации компонентного состава ФЕ информантами.

При этом использовался прием унификации семных описаний. Это означает, что семы, выявленные в дефинициях, по возможности обобщались.

По каждой сравниваемой семе принимается решение: если она совпадает с семой в сопоставляемом языке, она характеризуется как *эквивалентная*, если не совпадает по содержанию – как *несовпадающая*, если семное соответствие отсутствует – как *безэквивалентная*.

Например: **jmdn., etwas mit scheelen Augen ansehen/betrachten** (*букв.* смотреть на кого-либо, что-либо косыми/завистливыми глазами) – смотреть косо на кого-л. (табл. 1).

Результат этапа IV: выполнение контрастивного семного описания немецких и русских фразеологических единиц, установление немецких безэквивалентных единиц.

Национальная специфика семантики сравниваемых единиц осуществляется путем посемного сопоставления структур значений единиц исходного языка и их соответствий в языке сравнения.

При сопоставлении межъязыковых соответствий в немецком и русском языках были выявлены фразеологические псевдоэквиваленты – так называемые «ложные друзья переводчика»:

die Ohren steif halten (*букв.* держать ухо востро; ‘не падать духом’) – крепиться, не вешать головы, держать себя в руках, не распускаться (НРФС, с. 425)

держать ухо востро – не быть слишком доверчивым (ФСРЯ 2003, с. 37)

держать ушки на макушке с кем – 1) не доверяться кому-л., быть очень осмотрительным, осторожным; 2) быть настороже, начеку (ФСРЯ, с. 138)

jmdm. klingen die Ohren (*букв.* у кого-л. в ушах звенит) – у кого-л. в ушах звенит (т. е. о нем говорят, его вспоминают) (НРФС, с. 425)

в ушах (ухе) звенит (или *шумит*) – об ощущении звона (шума) в ушах (ФСРЯ 2003, с. 305)

mit den Ohren schlackern (*букв.* хлопать ушами; 'быть крайне удивленным') – растеряться; оторопеть, опешить; стать в тупик (НРФС, с. 427)

хлопать ушами – 1) слушая что-л., не понимать, не воспринимать то, о чем говорится; 2) ротозейничать, не принимать никаких мер (ФСРЯ, с. 508)

jmdn. übers Ohr hauen (*букв.* дать (ударить) по уху) – надуть, обмануть

etwas [nicht] in den Mund nehmen (*букв.* что-либо (не) брать в рот; 'что- л., какое-л. слово (не) произносить')

в рот не брать (*не взять*) чего – не есть или не пить чего-л. по какой-л. причине (ФСРЯ 2003, с. 244)

в рот не взять (*не возьмешь*) – о чем-л. невкусном (ФСРЯ 2003, с. 244).

Шестой этап – дифференциальная семантизация фразеологических единиц.

Дифференциальная семантизация представляет собой сопоставление семной структуры немецкого фразеологизма и его соответствия в русском языке с дифференциацией выделенных сем и описанием национально-специфических компонентов. Межъязыковые соответствия описываются попарно, с перечислением только национально-специфических сем. Например:

reinen Mund halten (*букв.* держать чистый рот) – держать язык за зубами

одобрительное – неоценочное – несовп.

положительно-эмоциональное – неэмоциональное – несовп.

малоупотребительное – употребительное – несовп.

sich den Mund wischen können (*букв.* кто-л. может вытереть себе рот; утереться) – остаться с носом

межстилевое – разговорное – несовп.

диалектное – общенародное – несовп.

малоупотребительное–употребительное–несовп.

jmdm. den Mund öffnen (*букв.* открыть кому-л. рот) – развязывать язык

0 – выдать тайну–безэкв.

межстилевое – разговорное – несовп.

Результат этапа VI: дифференциация соответствий двух языков по национально-специфическим семантическим компонентам.

Седьмой этап – дифференциальное толкование фразеологических единиц.

Дифференциальное толкование представляет собой такое описание семного состава единицы исходного языка, в котором содержится указание на все ее переводные соответствия с перечислением семантических компонентов, которые дифференцируют единицу исходного языка от всех ее переводных соответствий.

Приведем примеры:

tauben Ohren predigen (*букв.* проповедовать глухим ушам) – тратить слова понапрасну (или попусту, зря)

seinen Ohren nicht trauen (*букв.* не верить своим ушам)

ср. не верить (не поверить) своим ушам – *разговорное*

auf den/auf seinen Ohren sitzen (*букв.* сидеть на своих ушах)

ср. и слышать не хотеть – *категорически*; *возмущенное*;

ср. и (или даже) ухом не вести – *просторечное*

Результат этапа VII: Описание национальной специфики семантических компонентов сравниваемых языков.

Проведенное исследование показало, что методы и приемы контрастивной лингвистики дают возможность эффективно сопоставлять отдельные фразеологические единицы исходного, в нашем случае немецкого, языка со всеми возможными средствами их передачи (их соответствиями) в языке сопоставления и выявлять национальную специфику семантики.

Как показало исследование, основными формами проявления национальной специфики фразеологической семантики являются:

1. *семантико-образная эквивалентность* фразеологических единиц, то есть полное совпадение по значению и по фразеологическому образу (в этом случае можно говорить о проявлении нулевой специфики);

2. *семантическая эквивалентность* ФЕ, то есть полное совпадение по денотативному, коннотативному, структурно-языковому компонентам значения и *различие по фразеологическому образу;*

3. *семантическая национальная специфика* – наличие отдельных семных различий при совпадении фразеологического образа;

4. *семантико-образная национальная специфика* – наличие отдельных семных межъязыковых различий и различие по фразеологическому образу.

5. *фразеологическая безэквивалентность* – отсутствие фразеологической единицы в одном языке при ее наличии в языке сопоставления.

Таким образом, контрастивная методика, примененная в данной работе, показала свою эффективность как средство выявления национальной специфики семантики фразеологических единиц двух языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Методика контрастивного анализа лексики / И. А. Стернин, Т. А. Чубур // Контрастивная лексикология и лексикография. Монография // Под ред. И. А. Стернина и Т. А. Чубур. – Воронеж: Истоки, 2006. – С. 48-53.

2. Стернин И.А. Контрастивная лингвистика. Проблемы теории и методики исследования / И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2004. – 189 с.

Рецензент – З. Д. Попова.

Статья принята к печати 10.10.2006.

К ВОПРОСУ О ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ АКТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ВОСКЛИЦАТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ)

© 2007 А.Б. Зотова

Воронежский государственный университет

Проблема классификации речевых актов является сложной и не имеет единого решения. На основании анализа речевых актов, выражающихся восклицательными предложениями в русской и англоязычной прозе, можно предложить следующую их таксономию: 1) экспрессивы (34 % в русском и 30 % в английском языках); 2) ассертивы (28,5 % в английском и 25 % в русском языках); 3) директивы (17,5 % в английском и 13,5% русском языках); 4) этикетные речевые акты (12,2 % в русском и 10,05 % в английском языках); 5) речевые акты вопросительного типа (3 % в русском и 2,5 % в английском языках); 6) комиссивы (2,3 % в русском и 1,9 % в английском языках).

Специальной чертой речевых актов, выражающихся восклицательными предложениями, является то, что они помимо основной интенции выражают эмоции говорящего.

Каждый из перечисленных видов речевых актов может быть подразделен на подвиды, которые будут представлены в настоящем исследовании в порядке убывания частотности в процентном отношении к общему количеству речевых актов данного вида.

Среди **экспрессивных** речевых актов можно выделить следующие виды:

1) *Оценка* – мнение о ценности, уровне или значении кого-чего-нибудь (здесь и далее определения даются по толковым словарям русского языка под ред. А. П. Евгеньевой, С. И. Ожегова). Оценка может быть отрицательной: *"How's life on Lincoln Street?" **"Horrible!"** No kidding, I just can't stand it." She jabbed fiercely at her chicken; Какой ужасный у него взгляд!*, и положительной: ***That's a pretty dress!***; *Так ведь я наладил сейсмограф!* ***Чудесно работает!*** (9,5 % в английском и 8 % в русском языках). Представляется интересным отметить, что в рамках материала исследования и в английском, и в русском языках (6 % и 5 % соответственно) было обнаружено преобладание отрицательной оценки.

2) *Несогласие* – 1) отсутствие единомыслия, разногласие в чем-нибудь, 2) отсутствие согласия на что-нибудь, отказ: *"And David Becker is the only civilian you know?" "**No!** David Becker is not the only civilian I know!, «Вы считаете, в последнее время хуже стало?» - **«Нет, не хуже, нет, нет!»***.

В рамках исследуемого материала несогласие можно разделить на опровержение и возражение. *Опровержение* – речь, в которой доказывается ложность, неверность чего-нибудь: *Becker remembered the bluish bruises on Tankado's chest "Did the paramedics administer CPR?" **"Heavens, no!"** Cloucharde laughed.*; *«А чего это они? Не понравилось, что ль?» – «Наоборот! Это молодежь свистела, у них теперь принято в случае восторга»*. (4,5 % в английском и 4 % в русском языках). *Возражение* – довод, мнение против чего-нибудь, выражение несогласия с чем-нибудь: *"That lady don't gamble." "Shut up, Sourdough," the Mayor said. **"Well, she don't!"** he said, defiantly.*; *А-нет. Нет-нет!* ***Наши летят!*** (по 2,5 % в английском и в русском языках).

3) *Восхищение, восторг:* ***What a marvelous surprise!***; ***Воистину! Менделеев регтайм! Менделеев регтайм бенд!*** –' говорящий выражает восторг, восхищение идеей Менделеева' (6,5 % в английском и 5 % в русском языках).

4) *Удивление, изумление: David let out a frustrated sigh. "That's why I'm calling. It's about our trip. I've got to postpone." Susan was suddenly awake. **"What!"***; ***Ба!*** *Ты куда это? – спросила Ольга* (5 % в английском и 4,8 % в русском языках).

5) *Согласие* – 1) разрешение, утвердительный ответ на просьбу, 2) единомыслие: ***Хорошо, хорошо – победила!*** – 'Михаил соглашается не расставаться со своей девушкой '; *"Could you give me a hard job?", **"O.K., kid,"** he laughed, **"we'll put you to WORK!"*** (4,6 % - в русском и 4,3 % – в английском языках).

6) *Ирония* – тонкая насмешка, выраженная в скрытой форме: ***Но куда молодым олигархам до***

начальников советского разлива! – 'автор иронизирует по поводу бессилия молодых олигархов'; ***Her precious Walter!*** – 'Констанция иронизирует по поводу теплых отношений между ее другом и его матерью' (4,3 % – в русском и 4,2 % – в английском языках).

7) *Оскорбление* – 1) крайняя обида, унижение кого-либо; уязвление, чтобы задеть в ком-либо какие-либо чувства: *He was trying to button his shirt, turning away from her blows.* ***"You shit! You bastard!"***; *«Откуда я знаю? Он говорит, чтоб я принесла как можно больше денег». «Это сколько?» - спрашивает девочка. – «Миллион?» –* ***«Идиотка!»*** *– кричит мать. – «Какая бездушность! Не сказать ни слова!»* (4 % в английском и 3,5 % в русском языках).

8) *Брань* – слова, которыми ругают. Употребляя эти слова в речи по отношению к другому лицу коммуниканты, как правило, выражают гнев, злость, ярость, негодование, раздражение: ***Да иди ты сам к черту!***; ***Fuck Charley!*** – 'Анна постоянно говорит о своем друге Чарли, а Джека это раздражает' (3,05 % в русском и 3 % – в английском языках).

9) *Гнев, злость, раздражение, ярость*: *Потом заговорила – быстро, жестко, сухо, ненавистно: «Но и тот тоже – сволочь! На бабу польстился, за юбкой погнался, а надо бы – детей защищать!* ***Тьфу!»*** – 'Глаша злится на помощника атташе, из-за которого ранило дочку министра обороны'; ***In the rain! In the rain!*** – 'женщина злится, т. к. ей в лицо брызжет дождь' (3 % в русском и 2,9 % в английском языках).

10) *Страх, ужас, боязнь, трепет*: *Кажется, Илье это было не очень интересно, он сделал нетерпеливое движение, чтобы что-то сказать, но перильце вдруг треснуло, ломаясь, и* он *чуть не упал в воду.* ***«Ах!»*** *– воскликнула Галина Васильевна, подскочила к своему ребенку и прижала его к себе*; ***"Sweet Jesus!"*** *Langdon cried, stumbling back in horror. Vetra's face was covered in blood. A single hazel eye stared lifelessly back at him. The other socket was tattered and empty. "They stole his eye?"* (2,9 % в русском и 2,8 % в английском языках).

11) *Упрек* – неудовольствие, неодобрение или обвинение, высказанное кому-нибудь: ***It isn't enough of a penalty!*** – 'журналист упрекает судью в вынесении мягкого приговора убийце'; *Над красным гробом Лев Ильич смущенно крестится, дама гневно блеснула:* ***«Как вам не стыдно!»*** (2,8 % в английском и 2,7 % в русском языках).

12) *Жалоба* – выражение неудовольствия, обычно словесное, по поводу каких-нибудь неприятностей, боли: ***My back hurts!***; *Флобер жаловался на то, как тяжело ему работать над историческим романом:* ***«Не могу больше! Осада Карфагена, которую я сейчас заканчиваю, доконала меня, военные орудия надоели до смерти!»*** (2,7 % в английском и 2,6 % в русском языках)

13) *Угроза* – запугивание, обещание причинить неприятность, зло: *Подгорелов произвел предупредительный выстрел в воздух, на что женщина закричала яростным рогожинским басом:* ***«Ты под трибунал пойдешь!»***; ***I will have satisfaction!*** – 'полковник Кокс угрожает солдату, что вызовет его на дуэль за неуважительное отношение к даме' (3,4 % в английском и 3,3 % в русском языках).

14) *Расстройство, огорчение: «Все это несерьезно, сказал доктор Хавель. – На самом деле не я отталкиваю Элизабет, а она меня.* ***Увы!*** *Она без ума от Флейшмана»*; ***How quickly paradise became a commonplace!*** – 'Шейла огорчена, так как ей не нравится Кембридж' (по 3,2 % в русском и в английском языках).

15) *Похвала* – хороший, лестный отзыв о ком-чем-либо, одобрение: ***Oh, splendid! Well done!*** – 'похвала за хорошую работу'; *«А потому, что я ее (школу) в этом году закончил уже». – «Серьезно? – удивилась Лилия. –* ***Молодец!*** *Это надо отметить!»* (по 3,1 % в английском и в русском языках).

16) *Недоумение* – состояние сомнения, колебания вследствие невозможности понять, в чем дело: ***Какие у этих друзей тараканы в мозгах, кто поймет!*** – 'геолог Андрей не понимает своих друзей-бандитов и не знает, чего от них ожидать'; *"Poisoned?" the anchorman demanded.* ***"But… but how!"*** *"They gave no specifics," Glick replied.* – 'телеведущий не понимает, как могли отравить римского папу' (по 3 % в русском и в английском языках).

17) *Сожаление* – 1) чувство печали, скорби, огорчения, вызванное какой-нибудь утратой, сознанием невозможности изменить или осуществить что-нибудь, 2) жалость, сострадание: ***И скольких уже схоронили!*** – 'автор выражает чувство скорби по поводу того, что во время войны гибнет очень много танкистов'; ***It's a pity that I didn't come!*** – 'Бриджит сожалеет, что не пришла к подруге на вечеринку' (2,8 % в русском и 2 % в английском языках).

Во всех вышерассмотренных случаях речевые акты выражают одну интенцию и условно их можно назвать «чистыми». Однако существуют восклицательные предложения, выражающие две интенции. В этих случаях можно говорить о совмещении речевых актов.

Совмещенные речевые акты могут быть реализованы двумя способами: синтетическим и аналитическим. В первом случае оба речевых акта выражаются одной конструктивной единицей (например, ***Нора!*** – обращение и приказ прекратить думать о своем'). Во втором – совмещают-

ся две конструктивные единицы, каждая из которых выражает отдельный речевой акт (***Здорово, Андрюха!*** – 'приветствие и обращение').

Применительно к экспрессивам возможны следующие варианты совмещения: 1) *отрицательная оценка* совмещается с *отвращением*, при этом реализуются совмещенные синтетически речевые акты: *Полтора года назад летели в Москву на отдых, вынужденная посадка в Карачи, пошли перекусить в приличный по виду ресторанчик – и Глаша не выдержала, брезгливо прошептала:* ***«Какая грязная, нищая страна!..»***; ***"And the smell!"*** (10,55 % в русском и 9,2 % в английском языках); 2) *удивление* может совмещаться с *ужасом, страхом, испугом* (7,5 % в английском и 9,4 % в русском языках); *сомнением, недоверием* (5,8 % в английском и 5,7 % в русском языках); *недовольством, гневом* (4,8 % в английском и 4,5 % в русском языках); *восторгом* (по 3,4 % в английском и в русском языках).

Вторым по частотности использования в коммуникации речевым актом является **ассертив**, который может быть подразделен на следующие подвиды:

1) *Эмоциональное утверждение* – мысль, положение, высказывание, доказывающие, утверждающие что-либо: *No! It is worse!* ***It is a scandal!***; ***Дым сжигаемых деревень – он ведь легкие ест!*** – 'автор говорит о том, что работа карателя - вредная для здоровья' (17,5 % в английском и 16,3 % в русском языках).

2) *Эмоциональное сообщение* – то, что сообщается, известие; данные, сведения, передаваемые, сообщаемые, излагаемые кем-либо; небольшой доклад на какую-либо тему, информация: ***She got lost, everyone!*** – 'Юна сообщает всем, что Бриджит вышла из автобуса не на той остановке и поэтому заблудилась'; ***Андреяшина ранило!*** (12 % в английском и 10,8 % в русском языках).

Представляется целесообразным заметить, что основное различие между рассмотренными выше речевыми актами заключается в том, что сообщение подразумевает, как правило, представление новой информации, ранее не известной, в то время как в утверждении содержатся уже известные сведения.

3) *Эмоциональное объяснение* – а) толкование, установление причины, смысла чего-либо, чтобы оно стало ясным, понятным; б) изложение причин, обстоятельств, с помощью которых пытаются оправдать свое поведение : *"Sister Fransisca says raindrops are angels' tears coming down to wash away our sins." "Wow!" he said, sounding amazed. "So that explains it." "No it doesn't!" the girl fired back.* ***"Raindrops fall because everything falls!*** *Everything falls! Not just rain!*; *«А как ты разглядел, что только молодежь свистит?»* – ***«А старикам свистеть нечем: зубов нет!»*** (10,5 % в английском и 9,5 % в русском языках).

4*) Эмоциональное предположение, гипотеза* в рамках данного исследования не разграничиваются на два отдельных подвида вследствие того, что Словарь русского языка определяет одно понятие через другое: *гипотеза* – а) всякое предположение, допущение, догадка; б) выдвигаемое для объяснения каких-либо явлений научное предположение, достоверность которого еще не доказана опытным путем; *предположение* – а) предварительное суждение о чем-либо, догадка; б) план, замысел, предварительное намерение: ***Ну, через час будет готовность к стрельбе!*** – предположение, что скоро начнется сражение'; ***I will never win!*** – 'героиня предполагает, что никогда не выиграет в лотерее' (9 % в русском и 8,5 % в английском языках).

5) *Эмоциональный прогноз* – предсказание, суждение о дальнейшем течении, развитии чего-либо (событий, явлений и т. д.) на основании имеющихся различных данных: *Человек осторожный и законопослушный, он пришел в ужас: «Ты что купила?! Ты вспомни, что пишут в таможенной декларации: оружия нет. А тут – холодное оружие.* ***Нас задержат на границе!»; It will be Vietnam!*** – 'новые хозяева ресторана изменили в нем порядки. Посетители решили с этим бороться. Один из посетителей предсказывает, что эта борьба будет похожа на войну во Вьетнаме' (8 % в русском и 7,5 % в английском языках).

6) *Эмоциональное решение* – а) вывод, заключение относительно чего-либо, к которому приходят после размышления; б) обдуманное намерение сделать что-либо; в) то, что принято в результате обсуждения: *Wait!* ***I'll stand on it!*** – 'актер не может засунуть вещи девушки в чемодан, так как их слишком много. Он принимает решение стать на чемодан'; ***Бежать!*** *Бежать, спотыкаясь по чертовым этим ухабинам* – 'Солженицын решил спасаться бегством от бомбежки' (6 % - в английском и 5,8 % - в русском языках).

7) *Эмоциональное описание* – а) рассказ о ком-, чем-либо в письменной или устной форме, изображение средствами языка; б) изложение особенностей, признаков, состава чего-либо в систематическом порядке : ***Залп! Начинается с крайней – но быстро переходит по строю, и еще первая не кончила – стреляет и восьмая!*** – 'описание работы ракетных установок «катюш» во время ВОВ'; ***A tuna sandwich, a bran muffin, a bowl of black bean soup – black bean soup! Yankee bean! Chicken vegetable!*** – 'автор описывает свой ланч в Америке' (5,7 % – в русском и 5,6 % – в английском языках).

8) *Эмоциональное убеждение* – а) стремление заставить кого-либо поверить чему-либо, уве-

рить в чем-либо; б) уговоры, направленные на то, чтобы склонить человека к чему-либо: ***Una and Geoffrey have been holding the New Year Buffet since you were running round the lawn with no clothes on!*** – ' Мама пытается убедить Бриджит в том, что она должна посетить семейный ужин'; ***Я – нагоню, нагоню вас, не сомневайтесь!*** – 'Андреяшин убеждает комбата Овсянникова в том, что успеет сбегать в Орел " (5,2 % - в английском и 5 % – в русском языках).

9) *Эмоциональное заверение* – обнадеживающее заявление, уверение в достоверности чего-либо, намерение поручиться за что-либо : ***Of course, sun!*** *We'll go tae the fitba. See the Jam Tarts!* – 'отец уверяет сына в том, что после развода будет навещать его'; *Вот, говорят, после войны у нас все к лучшему переменится.* ***Свободная жизнь будет! Заживем!*** – 'лейтенант уверяет командира, что после войны настанет хорошая жизнь' (по 4,8 % в английском и в русском языках).

10) *Эмоциональное обвинение* – 1) признание, объявление кого-либо виновным; 2) то, что вменяется кому-либо в вину: *«Конечно, мамочка, пять раз гамму и два раза этюд номер десять Гедике», – ответил я не моргнув глазом.* ***«Врет он все!»*** *- подала голос младшая сестра, Залинка*; *"Susan," Hale heard himself saying,* ***"Strathmore's a killer!"*** (по 4,5 % в русском и в английском языках).

11) *Эмоциональное успокаивание* – приведение кого-либо в спокойное состояние, рассеивание беспокойства, тревоги, волнения: *Всхлипывания перемежаются одним и тем же словом: «Усла, усла!.. –* ***«Она вернется!»*** *– успокаивает дурня Митя. Голос у него, как всегда, серьезный и твердый*; ***It'll all get better, you'll see!*** – 'Перки успокаивает Ребекку, говорит, что она поправится после инфаркта' (4 % в русском и 3,2 % в английском языках).

12) *Эмоциональное желание* – влечение, стремление к осуществлению чего-нибудь: ***Я хочу видеть этого человека!***; *The Batman is coming onto the program tonight.* ***I want to see the Batman!*** – 3,7 % в русском и 3 % в английском языках.

13) *Эмоциональное намерение* – замысел, желание, предположение сделать, совершить что-либо: ***Я лучше пойду в народ!*** *Народ – это не миф!* – 'герой выражает намерение сблизиться с народом'; *Durr!* ***We're going to have to use the Magimix!*** – 'телеведущая Пэм говорит, что ее программа намерена сотрудничать с фирмой Magimix' (3 % в русском и 2,8 % в английском языках).

14) *Эмоциональная констатация* – установление, отмечание наличия чего-либо: ***Это же бесы здесь у тебя! Скачут прям вот бесы!*** – 'батюшка констатирует факт наличия в приходе нечистой силы в лице крыс'; ***Look, you got bloodspots on this shirt! Bloodspots!*** – 'мама говорит о наличии пятен крови на рубашке сына' (2,3 % - в русском и 2,1 % - в английском языках).

15) *Эмоциональное признание* – 1) слова признающегося в чем-нибудь; 2) открытое сообщение о своих действиях: *"I did it for us. We're made for each other. Susan, I love you." The words flowed as if he had waited a decade to speak them.* ***"I love you! I love you!"***; *Папа, мне все равно, что говорят в городе.* ***Я люблю тебя больше всех на свете!*** – (1,8 % в английском и 1,6 % в русском языках).

Что касается совмещенных речевых актов, то в рамках ассертивов *эмоциональное утверждение* может совмещается с *эмоциональным прогнозом* и при этом образуются речевые акты, которые выражаются аналитическим способом: «***Вот проведут к нам в Тужиловку газ, будем мыться каждый день!*** *– весело восклицает Профессор. – Да здравствует прогресс!»*; ***We've got witnesses, and they won't sleep for a month!*** – 'охранник утверждает, что есть свидетели казни, которые не будут спать целый месяц после увиденного' (6 % в русском и 5 % в английском языках).

Третьим по частотности использования в коммуникации речевым актом является **директив**, в рамках которого можно выделить следующие подвиды:

1) *Эмоциональный приказ, эмоциональная команда*, не разграничиваемые на отдельные подвиды вследствие того, что Словарь русского языка дает практически одинаковые определения: *приказ* – распоряжение войскового начальника подчиненным, являющееся для них законом и подлежащее беспрекословному выполнению; официальное распоряжение органа власти, руководителя учреждения и т. п.; вообще распоряжение, приказание; *команда* – устный приказ командира по установленной форме; указание, приказ, даваемые лицом, которое направляет, регулирует чьи-либо действия в процессе работы: ***Stand up!*** ; ***Начинайте работать!*** (19 % в английском языке и 17,5 % в русском).

2) *Эмоциональное указание, эмоциональный совет, эмоциональная рекомендация*, которые в рамках данного исследования не разграничиваются на основании того, что Словарь русского языка определяет одно понятие через другое: *указание* – совет, замечание, разъясняющие что-либо, указывающие как действовать; сообщение, доведение до чьего-либо сведения; *совет* – указание, предложение как поступить, *рекомендация* – совет, предложение : ***Езжайте в обсерваторию!*** – 'попутчик Дмитрия Ивановича советует ему ехать в обсерваторию сразу, т. к. там уже все собрались и ждут его' ***Leave the consideration of your wardrobe in those capable hands and turn***

your attention to more pressing matters! (16,6 % в русском и 16,4 % в английском языках).

3) *Эмоциональная просьба* – обращение к кому-либо, призывающее удовлетворить какие-либо нужды, какое-либо желание, исполнить что-либо: ***For God's sake, will you sit still for two minutes!*** – 'Бриджит ищет у Дэниела наркотики. Дэниел просит Бриджит успокоиться'; ***Помоги мне, у меня же нет никакой поддержки!*** – 'поэт просит Ф. Искандера помочь ему с распространением рекламы его новой поэмы' (11,4 % в английском и 10 % в русском языках).

4) *Эмоциональное требование* – настоятельная просьба, желание, выраженные в категорической форме: *"In ninety minutes it begins," the caller said with a note of finality. "One an hour. A mathematical progression of death. Now I must go."* ***"Wait!"*** *Langdon demanded. "Tell me about the brands you intend to use on these men."*; ***На землю, зарплату дайте, как раньше!*** - 'колхозница требует, чтобы председатель колхоза вернул порядки Советского времени' (8 % в английском и 8 % в русском языках).

5) *Эмоциональный призыв* – звуки, слова, которыми призывают, зовут для чего-либо; обращение, в краткой форме выражающее руководящую идею, политическое требование: ***Peace, Peace!*** – 'Ред призывает ребят успокоиться и не драться из-за девушки'; ***Не надо злобы, писатели русские!*** – 'М. Булгаков призывает писателей не спорить о том, кому принадлежат права на «новый реализм»' (7 % в английском и 6,8 % в русском языках).

6) *Эмоциональная мольба* – горячая, страстная просьба: ***Please, sir… I beseech you, in the name of England herself!*** – 'солдат умоляет полковника не вызывать его на дуэль'; ***Прости! Прости мою дочушку! За-ради Нового года!*** – 'тетка Прося умоляет председателя колхоза простить ее дочери воровство поросенка' (6 % в английском и 5,4 % в русском языках).

7) *Эмоциональный запрет* – неразрешение делать что-либо, воспрещение, наложение запрета на что-либо: *Какой-то у тебя странный вид...* ***Да не ори!*** *Соседи рядом.*; ***Don't EAT THAT!*** (5 % в русском и 5 % в английском языках).

8) *Эмоциональное предостережение, предупреждение* также не разграничиваются на два различных вида директив, вследствие того, что Словарь русского языка определяет данные понятия одно через другое: *предостережение* – действие, направленное на то, чтобы заранее остеречь человека от чего-либо, предупредить о чем-либо, *предупреждение* – высказывание, которое заключает в себе предостережение: предупреждающее замечание, сигнал об опасности и т. п.: ***Take care … him!*** – 'Дин предупреждает начальника охраны в тюрьме, чтобы тот остерегался заключенного Вортона'; ***Не подходите близко! Не трогайте глазами! Опасно для жизни!*** – 'режиссер предостерегает от опасности, которая хранится в старых кинолентах' (4,2 % в английском и 4,1 % в русском языках).

9) *Эмоциональное предложение* – а) заявление о своей готовности, желании предоставить что-либо, уступить каким-либо образом кому-либо; б) просьба кого-либо сделать что-либо, попросить заняться чем-либо: ***Давай я тебе вымою голову!***; ***Here let me help you!*** – 'предложение помочь закрыть чемодан' (по 4 % в русском и в английском языках).

10) *Эмоциональный отказ* – отрицательный ответ на просьбу, требование: *«Митек, грамульку не тяпнешь?» - Профессор поворачивается к подростку своим удлиненным, словно кабачок, лицом.* ***«Нет, не буду!»*** *- решительно отказался Митя*; *"From what I read of your husband's death in the newspapers, Mrs. Stevens, you'll probably want a closed casket for the memorial service, so ..."* ***"No!" Jones looked at her in surprise*** (4,5 % в русском и 3,8 % в английском языках).

11) *Эмоциональное приглашение* – просьба, предложение сделать что-либо, принять участие в чем-либо: ***Заходи, Нико! Давай поговорим!*** – 'духанщик-мингрел приглашает Николая к себе домой'; ***Come on in!*** – 'тетя Юна приглашает Бриджит к себе в дом' (4 % в русском и 3,5 % в английском языках).

12) *Эмоциональное поучение* – назидательный совет, наставление о жизни: ***Горячие должны быть щи! Горячие!*** *Потому что это – щи! А не больничный супчик!* – 'агроном Петрович учит свою жену, что суп должен быть горячим, а не теплым'; ***You should be more polite with your mother!*** – 'отец учит сына, чтобы тот не грубил своей матери' (3,6 % в русском и 3,3 % в английском языках).

13) *Эмоциональное разрешение, эмоциональное позволение,* не разграничиваемые на два отдельных подвида, вследствие того, что Словарь русского языка определяет данные понятия практически одинаково: *разрешение* – согласие, дающее право сделать что-либо, позволение; *позволение* – согласие на право сделать что-либо, разрешение: ***Ну, пока нет работы – клади головы на столы!*** – 'комбат разрешает солдатам отдохнуть'; ***Why of course you can!*** – 'отец разрешает сыну пойти погулять' (3,5 % в русском и 3 % в английском языках)

В английском языке эмоциональный приказ может совмещаться с *эмоциональным указанием* (5,4 %). В русском языке *эмоциональный совет* совмещается с *эмоциональным предупреждением* (3,6 %), с *эмоциональной просьбой* (3,5 %).

Во всех этих случаях совмещенные речевые акты выражаются синтетически.

Следующим типом речевых актов являются этикетные. В рамках исследуемого материала они могут быть подразделены на три группы: вокативы, формы этикета, декларативы. Наиболее часто коммуниканты употребляют вокативные речевые акты (38 % в английском языке и 36,5 % в русском языках), реже используются формы этикета (33 % в английском и 29 % в русском языках) и совсем редко употребляются декларативы (14 % в русском и 13 % в английском языках). Процент совмещенных речевых актов составляет 20,5 % в русском и 18 % в английском.

Таким образом, проведенное исследование позволяет прийти к следующим выводам. И в английском, и в русском языке можно отметить преобладание чистых речевых актов (76,7 % и 73,5 % соответственно) по сравнению с совмещенными (26,5 % в русском и 23,4 % в английском языках). Совмещение может осуществляться между частными подвидами (внутри одного вида актов, например, приветствие и обращение в рамках этикетных актов) – 16,5 % в русском и 14 % в английском языке, так и между разными видами (например, приказ и угроза, первый относится к директивам, а второй – к экспрессивам) – 10 % в русском и 9,4 % в английском языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М. : Русский язык, 1987. – 798 с.
2. Словарь русского языка : в 4-х т. / [под ред. А.П. Евгеньевой]. – 4-е изд., стер. – М. : Русский язык, Полиграф ресурсы, 1999.

Рецензент – О.Н. Чарыкова .
Статья принята к печати 12.10.2006.

КОНЦЕПТ *ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ* В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ СОЗНАНИИ (ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

© 2007 М.М. Иванова

Воронежский государственный университет

С целью выявления когнитивных признаков концепта "предприниматель" были использованы различные экспериментальные методики. Проведены свободный и направленный ассоциативные эксперименты со словом-стимулом *предприниматель*, в результате которых были получены реакции испытуемых, позволившие сформулировать ряд когнитивных признаков исследуемого концепта. Был также проведен эксперимент методом свободных дефиниций, в котором испытуемым предлагалось дать определение слову "предприниматель". Также была использована методика Бендикса, когда респондентам предлагалось сравнить два близких по значению слова: *предприниматель / бизнесмен, предприниматель / делец, предприниматель / толстосум.* Рецептивные эксперименты дали обширный материал для дальнейшего исследования.

Всего в экспериментах со словом "предприниматель" приняли участие 687 человек – 458 женщин и 229 мужчин. Из числа опрошенных – 316 человек в возрасте от 17 до 25 лет; 217 человек в возрасте от 26 до 45 лет; 154 человека в возрасте от 46 до 80 лет.

Участниками экспериментов явились студенты Воронежского государственного университета ряда факультетов: филологического, исторического, математического, экономического; преподаватели Воронежского государственного университета различных специальностей; инженеры, врачи, торговые работники разнообразных предприятий и учреждений города Воронежа.

Период проведения экспериментов – 2005–2006 гг. Эксперименты осуществлялись как в групповой, так и в индивидуальной форме.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

После обработки результатов всех экспериментов было выявлено 733 семантических компонента лексемы "предприниматель". Количество выявленных семантических компонентов превышает число участников экспериментов (687), так как один испытуемый мог назвать несколько признаков (сем). После когнитивной интерпретации полученных материалов (объединения отдельных сем в когнитивные признаки, см. [1, 155-163]) был получен список когнитивных признаков концепта "предприниматель".

Эти признаки были прослежены по всем проведенным экспериментам. Обозначим проведенные эксперименты цифрами: эксперимент методом свободных дефиниций – выборка 1; эксперименты по методике Бендикса: "он предприниматель, а не бизнесмен" – выборка 2, "он предприниматель, а не делец" – выборка 3, "он предприниматель, а не толстосум" – выборка 4; свободный ассоциативный эксперимент – выборка 5; направленный ассоциативный эксперимент – выборка 6.

Для определения средней частоты появления в экспериментах того или иного когнитивного признака мы суммировали все выборочные частоты и полученную сумму разделили на число выборок. Результаты представим в таблице (см. табл. 1).

По показателю средней частоты появления определенного признака в значении лексемы "предприниматель" выделенные когнитивные признаки ранжируются следующим образом:

1) Предприимчивый 11,3
2) Занимается каким-либо бизнесом 10,0
3) Владелец какого-либо собственного дела / предприятия 8,7
4) Занимается торговой деятельностью 6,3
5) Небогатый 6,3
6) Деятельность направлена на получение дохода 6,2
7) Занимается деятельностью небольшого масштаба 5,3
8) Ведет деятельность в рамках закона 5,2
9) Умный 4,8

Табл. 1.

		Выборка 1	Выборка 2	Выборка 3	Выборка 4	Выборка 5	Выборка 6	Сумма	Средняя частота
1	Богатый	0	0	0	0	16	1	17	2,8
2	Ведет деятельность в рамках закона	5	4	20	2	0	0	31	5,2
3	Владелец какого-либо собственного дела / предприятия	31	2	3	0	16	0	52	8,7
4	Высоко оценивается обществом	0	0	0	17	7	3	27	4,5
5	В своих действиях независим	4	0	0	0	0	0	4	0,7
6	Демократичен в одежде	0	0	0	0	0	1	1	0,2
7	Деятельность имеет успех	0	0	1	0	2	3	6	1,0
8	Деятельность направлена на получение дохода	18	1	2	2	14	0	37	6,2
9	Деятельность связана с риском	0	0	0	5	4	0	9	1,5
10	Деятельность связана с решением проблем	0	0	0	0	3	7	10	1,7
11	Должен иметь специальное образование	0	0	0	1	0	0	1	0,2
12	Должен иметь юридическое образование	1	1	0	0	0	0	2	0,3
13	Жадный	0	1	0	0	1	0	2	0,3
14	Женщина	0	1	0	0	0	0	1	0,2
15	Живет и действует в России	0	4	0	0	0	0	4	0,7
16	Занимается деятельностью крупного масштаба	3	0	2	0	0	0	5	0,8
17	Занимается деятельностью небольшого масштаба	11	15	0	5	1	0	32	5,3
18	Занимается каким-либо бизнесом	13	18	0	4	25	0	60	10,0
19	Занимается какой-либо финансовой деятельностью	2	0	0	0	0	0	2	0,3
20	Занимается негосударственной частной деятельностью	7	0	2	0	12	2	23	3,8
21	Занимается предпринимательской деятельностью	10	0	0	0	0	0	10	1,7
22	Занимается производственной деятельностью	10	2	0	0	0	0	12	2,0
23	Занимается развитием своего дела	0	4	4	18	0	0	26	4,3
24	Занимается сельским хозяйством	0	0	0	0	4	0	4	0,7
25	Занимается торговой деятельностью	22	4	0	2	10	0	38	6,3
26	Занимается торговыми спекуляциями	1	0	0	0	4	0	5	0,8
27	Занимается узкой сферой деятельности	2	5	1	0	0	0	8	1,3
28	Зарабатывает своими идеями	1	0	0	0	0	0	1	0,2

10) Высоко оценивается обществом 4,5
11) Занимается развитием своего дела 4,3
12) Занимается негосударственной частной деятельностью 3,8
13) Не вызывает симпатии 3,3
14) Организатор какого-либо дела / предприятия 3,3
15) Много работает 3,0
16) Богатый 2,8
17) Занимается производственной деятельностью 2,0
18) Хозяйствующий субъект 2,0
19) Использует нечестные методы 1,8
20) Деятельность связана с решением проблем 1,7
21) Занимается предпринимательской деятельностью 1,7
22) Непосредственный исполнитель 1,7
23) Деятельность связана с риском 1,5
24) Занимается узкой сферой деятельности 1,3
25) Имеет хорошее здоровье 1,3
26) Молодой 1,3
27) Серьезный 1,3
28) Имеет авантюрный характер 1,2
29) Деятельность имеет успех 1,0
30) Занимается деятельностью крупного масштаба 0,8
31) Занимается торговыми спекуляциями 0,8
32) Не очень умный 0,8
33) В своих действиях независим 0,7
34) Живет и действует в России 0,7
35) Занимается сельским хозяйством 0,7
36) Коммуникабельный 0,7
37) Создает рабочие места 0,7

Табл. 1 (продолжение).

29	Имеет авантюрный характер	0	0	6	0	0	1	7	1,2
30	Имеет машину	0	0	0	0	2	0	2	0,3
31	Имеет невысокий общественный статус	0	3	0	0	0	0	3	0,5
32	Имеет хорошее здоровье	0	0	0	0	0	8	8	1,3
33	Интеллигентный	0	0	0	0	0	3	3	0,5
34	Использует нечестные методы	0	1	0	0	10	0	11	1,8
35	Коммуникабельный	0	0	0	0	0	4	4	0,7
36	Лысый	0	0	0	0	1	0	1	0,2
37	Много работает	0	0	2	4	12	0	18	3,0
38	Может не быть владельцем собственного дела	0	3	0	0	0	0	3	0,5
39	Может не участвовать в бизнесе	0	1	0	0	0	0	1	0,2
40	Может организовать любой вид деятельности	0	1	0	0	0	0	1	0,2
41	Молодой	0	0	0	0	6	2	8	1,3
42	Мужчина	0	0	0	0	1	0	1	0,2
43	Непосредственный исполнитель	5	5	0	0	0	0	10	1,7
44	Небогатый	0	6	0	32	0	0	38	6,3
45	Не вызывает симпатии	0	1	1	1	2	15	20	3,3
46	Не очень умный	0	1	0	0	4	0	5	0,8
47	Организатор какого-либо дела / предприятия	10	6	2	0	2	0	20	3,3
48	Предприимчивый	5	1	3	0	24	35	68	11,3
49	Серьезный	0	0	8	0	0	0	8	1,3
50	Скромный	0	1	0	0	0	0	1	0,2
51	Создает рабочие места	2	0	1	1	0	0	4	0,7
52	Умный	0	1	1	0	4	23	29	4,8
53	Управляет организацией	1	0	0	0	1	0	2	0,3
54	Хитрый	0	0	0	0	1	0	1	0,2
55	Хозяйствующий субъект	9	1	2	0	0	0	12	2,0
56	Худой	0	0	0	0	0	2	2	0,3

38) Имеет невысокий общественный статус 0,5

39) Интеллигентный 0,5

40) Может не быть владельцем собственного дела 0,5

41) Должен иметь юридическое образование 0,3

42) Жадный 0,3

43) Занимается какой-либо финансовой деятельностью 0,3

44) Имеет машину 0,3

45) Управляет организацией 0,3

46) Худой 0,3

47) Демократичен в одежде 0,2

48) Должен иметь специальное образование 0,2

49) Женщина 0,2

50) Зарабатывает своими идеями 0,2

51) Лысый 0,2

52) Может не участвовать в бизнесе 0,2

53) Может организовать любой вид деятельности 0,2

54) Мужчина 0,2

55) Скромный 0,2

56) Хитрый 0,2

Полученные когнитивные следующим образом распределяются по полевым зонам в структуре концепта “предприниматель”:

Ядро: предприимчивый (11,3); занимается каким-либо бизнесом (10,0); владелец какого-либо собственного дела / предприятия (8,7).

Ближняя периферия: занимается торговой деятельностью (6,3); небогатый (6,3); деятельность направлена на получение дохода (6,2); занимается деятельностью небольшого масштаба (5,3); ведет деятельность в рамках закона (5,2); умный (4,8); высоко оценивается обществом (4,5); занимается развитием своего дела (4,3); занимается негосударственной частной деятельностью (3,8); не вызывает симпатии (3,3); организатор какого-либо дела / предприятия (3,3); много работает (3,0).

Дальняя периферия: богатый (2,8); занимается производственной деятельностью (2,0); хозяйствующий субъект (2,0); использует нечестные методы (1,8); деятельность связана с решением проблем (1,7); занимается предпринимательской деятельностью (1,7); непосредственный исполнитель (1,7); деятельность связана с риском (1,5); занимается узкой сферой деятельности (1,3); имеет хорошее здоровье (1,3); молодой (1,3); серьезный (1,3); имеет авантюрный характер (1,2); деятельность имеет успех (1,0).

Крайняя периферия: занимается деятельностью крупного масштаба (0,8); занимается торговыми спекуляциями (0,8); не очень умный

(0,8); в своих действиях независим (0,7); живет и действует в России (0,7); занимается сельским хозяйством (0,7); коммуникабельный (0,7); создает рабочие места (0,7); юридический термин (0,7); имеет невысокий общественный статус (0,5); интеллигентный (0,5); может не быть владельцем собственного дела (0,5); слово принадлежит к литературному стилю речи (0,5); должен иметь юридическое образование (0,3); жадный (0,3); занимается какой-либо финансовой деятельностью (0,3); имеет машину (0,3); значение слова не содержит оценки (0,3); управляет организацией (0,3); худой (0,3); я (0,3); демократичен в одежде (0,2); должен иметь специальное образование (0,2); зарабатывает своими идеями (0,2); лысый (0,2); женщина (0,2); может не участвовать в бизнесе (0,2); может организовать любой вид деятельности (0,2); мужчина (0,2); немного культурнее, чем делец (0,2); скромный (0,2); хитрый (0,2).

Такова когнитивная структура концепта “предприниматель” в современном сознании носителей русского языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Когнитивная интерпретация результатов лингвистических исследований /Новое в когнитивной лингвистике. Под ред. М. В. Пименовой. – Кемерово, 2006. – с. 155-163.

Рецензент – И. А. Стернин.

Статья принята к печати 28 ноября 2006 г.

В ЛАБИРИНТАХ "ПЕТЕРБУРГСКОЙ" ПОЭМЫ АХМАТОВОЙ

© 2007 Л.Г. Кихней, Н.В. Шмидт

Институт международного права и экономики им. А.С. Грибоедова (г. Москва)

"Поэма без героя" Анны Ахматовой – одно из самых сложных, загадочных поэтических творений XX века. Ни одно другое произведение Ахматовой не вызывало столько академических и читательских откликов и интерпретаций, которые Ахматова, как известно, собирала. Совершенно очевидно, что такая множественность истолкований не могла образоваться без специальной авторской установки, связанной с построением этого беспрецедентного произведения.

Уникальность "Поэмы без героя" обусловлена прежде всего формой ее бытования – как бы до-печатной, догуттенберговской, по выражению Ахматовой. Подобно фольклорному тексту, ахматовская поэма существует в разных списках, редакциях, вариантах, каждый из которых претендует на завершенность и окончательность. Это в свою очередь ставит перед текстологами и историками литературы ряд сложнейших текстологических и герменевтических проблем.

Инновационный и в то же время продуктивный подход к их решению предложен доктором филологических наук Светланой Алексеевной Коваленко в книге "Петербургские сны Анны Ахматовой". "Поэма без героя" (Опыт реконструкции текста) (СПб.: ООО "Издательство "Росток", 2004) [1], где она выступает как публикатор, текстолог-реконструктор, комментатор и автор вступительной статьи. Причем книга адресована широкому кругу читателей. Этим она выгодно отличается от узкоспециальных исследований, отягощенных малопонятной для обычных читателей терминологией.

В "Петербургских снах Анны Ахматовой" соединяются глубокие текстологические изыскания с драматическим сюжетом жизни и творчества великого поэта. Причем перипетии этого сюжета, развернутые тонко и увлекательно, выступают, согласно С. А. Коваленко, жизненной подоплекой разных редакций Поэмы.

Однако увлекательность изложения материала ничуть не умаляет его высокой научной ценности. Так, С. А. Коваленко прежде всего ставит перед собой вполне конкретную научную задачу: реконструировать одну из последних – а стало быть, незавершенных – версий Поэмы. Таковой, по ее мнению, является "театральная версия", над которой Ахматова работала "в последние годы жизни". При этом автор четко определяет методологические принципы своей реконструкции. Ориентируясь на методологию Д. С. Лихачева и категорию "художественной целостности", С. А. Коваленко критерием новой текстовой "редакции" (в отличие от "списка") считает относительно новую архитектонику текста, которая возникает в результате сдвига, "отразившего определенный период в истории России и биографии поэта [1, 20].

В этом смысле знаменательно, что внутренняя история Поэмы (ее генезис) сопровождается во вступительной статье внешней историей текста – историей его публикаций. Здесь исследователь со скрупулезной текстологической точностью, перечисляет ряд публикаций Поэмы с учетом отличий публиковавшихся "списков". Первая публикация Поэмы приходится на 1960 г. (список 1955 г.) в альманахе "Воздушные пути" (Нью-Йорк). Во втором выпуске альманаха (1961 г.) был опубликован более поздний список. Характерно, что Коваленко не просто перечисляет публикации Поэмы, но также и дает контекст ее "восприятия". Так, С. А. Коваленко приводит мнение Р. Н. Гринберга о Поэме (издателя альманаха), который писал Г. Адамовичу о том, что "...поэма ААА – настоящее золото". Подобный "холистический" подход, учитывающий не только специфику текста Поэмы, но также и культурный контекст его восприятия, позволяет исследовательнице максимально полно представить бытование Поэмы в "современной" ей эпохе.

Фактическим фундаментом предпринятой реконструкции послужил один из последних рабочих экземпляров поэмы (ОР РНБ. Ф.1073. Ед.

хр. 200), дополненный "бродячими" строфами, фрагментами прозы, драматургии, элементами балетного либретто, "хоровыми" и "сольными" номерами. Фактологическим основанием для подобной текстологической "правки" послужили рабочие тетради Ахматовой (РГАЛИ. Ф.13), включающие вышеназванные фрагменты, которые были "внесены в представленный текст согласно прямым или косвенным авторским указаниям" [1, 6].

Рассуждая о художественной специфике текста "Поэмы без героя", ее "догуттенберговской" природе, С. А. Коваленко, находит прецеденты в русской литературе. Так, по парадоксальному суждению исследователя, ахматовское определение "список" отсылает не только к русской классике ("Горю от ума" или "Демону"), но и к "самописным" книгам своих современников (главным образам к футуристической "рукописной" книге – А. Крученых, В. Маяковского и др.).

Исследователь отмечает сакральный смысл, который Ахматова вкладывала в это определение. Так, Ахматова, оказывается, никогда не называла "список" "рукописью" или "машинописью". И избирая для обозначения "текстов" Поэмы слово "список", она, видимо, приравнивала его к сакральному – "свиток", по которому "на Страшном Суде будут читаться деяния представшего перед лицом Божьим" [1, 19]. По сути дела, С. А. Коваленко показывает, как в творчестве Ахматовой возникает новое окказиональное жанровое образование, анализ специфики которого позволяет лучше понять природу ахматовского текста.

При этом исследователь реконструирует не только замысел Ахматовой и сам текст поэмы, но и длинную творческую историю этого текста – историю, которая отражала не только "контраверзы" авторского замысла, но и перипетии эпохи. Так, Коваленко, показывает, как в тексте Поэмы парадоксально переплетаются веления времени и собственно творческие интенции автора. Например, прием "выпущенных строф" в поэме Ахматовой (который, отметим, является труднейшей проблемой для текстологов), с одной стороны, восходит к роману "Евгений Онегин" А. С. Пушкина, а с другой стороны, был вызван цензурными соображениями. Именно поэтому, по справедливому мнению Коваленко, проблема "крамольных строф" является не только текстологической, но и "политической" [1, 8]. Эту сложную текстологическую проблему С. А. Коваленко удается разрешить. Она, ориентируясь на тайные шифры Поэмы, восстанавливает семантический инвариант текста, приводя, "крамольные" строфы в "сводном тексте" Поэмы.

Концептуальным основанием для подобной, заметим, достаточно смелой текстологической версии, по-видимому, стало новое представление о тексте ахматовской поэмы – не как о "готовой вещи", а как о смысловом "потоке", который не может быть втиснут в узкие рамки "законченного" текста. Фактически, С. А. Коваленко исходит из идеи принципиальной незавершенности Поэмы, каждый последующий авторский вариант которой воспринимается не столько как последняя редакция, сколько как еще одно приближение к воплощению линейно невоплотимой смысловой многомерности.

При этом "евклидова" логика традиционной текстологической реконструкции (как последовательного движения замысла через ряд черновиков к каноническому "чистовому" варианту) заменяется в поэме "эйнштейновской" логикой одновременного, равноправного присутствия множества (едва ли не в математическом смысле) "списков" и "редакций", встраиваемых в единую смысловую парадигму. В некотором смысле новаторский подход к реконструкции, предложенный С. А. Коваленко, противостоит текстологическим концепциям, в которых делается ставка на установление окончательной редакции, наиболее полно выражающей последнюю авторскую волю.

Опираясь на обширный свод рукописных редакций "Поэмы без героя", автор воссоздает некий "*сводный* текст", сюжетно-смысловое движение которого впервые развертывает перед читателем ее творческую историю. Таким образом, реконструируя Поэму, С. А. Коваленко учитывает не только фактический материал, но также и принципы позднеакмеистической эстетики, в соответвии с которыми этот материал мог группироваться.

В акмеистической системе, по сути дела, было выработано новое художественное мышление, которое иначе структурировало субъектно–объектные отношения, пространственно–временные и причинно–следственные. Естественно, что все это приводило к изменению облика произведений: форма становилась своего рода средостением между стихотворением как "законченной вещью" – и читательским восприятием этого стихотворения. В результате возникает интересный эффект: позднеакмеистический текст постоянно менял свои очертания при попадании в новый контекст. В конечном итоге, текст в своем пределе приближается к мифопоэтической структуре, выполняющей смыслопорождающие функции, то есть "втягивания", притяжения в свою систему – по принципу подобия – фактов, лежащих вне этой структуры. Подобный текст потенциально имеет бесконеч-

ное количество и ролевых структур, и – соответственно – интерпретаций.

Именно поэтому реконструированный в результате ахматовский текст предстает не как "готовый продукт" творчества, а как "становящееся целое", включающее разновременные слои воплощения творческого замысла, "менявшего свою художественную структуру в течение четверти века" [1, 50]. Что же читатель получает в итоге? Выскажу мнение, что результатом предпринятой С. А. Коваленко реконструкции становится *овеществление* становления и эволюции самого *замысла* поэмы в ее сценическом, театрализованном "изводе".

Знаменательно, что текстологическая версия С. А. Коваленко провоцирует читателя на продолжение герменевтического поиска. В частности, предлагаемый читателям *метатекст* (соединяющий в себе разновременные версии) Поэмы может быть интерпретирован не только как драма, но еще как балет и киносценарий. Контрапунктное столкновение различных авторских намерений, сведенных в пространстве *театральной редакции* Поэмы, приводит к неожиданному эффекту жанровой интерференции.

Так, доминирующую роль предложенной реконструкции, несомненно, играет драматургическое начало. Оно проявляется в системе ремарок, подборе эпиграфов из драматических произведений, в имитации сценических диалогов и в композиционном выстраивании текста как череды мизансцен с включением трех интермедий.

Однако драматургическая "призма" позволяет увидеть в поэме и жанровые черты киносценария. В координатах киносценария текст может быть прочитан благодаря интонационно-жестовой и пространственной конкретизации текста (которая, как правило, не характерна для пьес), изобразительно-пластическому характеру повествования, квази-синематографической (мелодраматической) сюжетной интриге "Петербургской повести". Причем жанровой доминантой киносценария в реконструируемом С. А. Коваленко сводном тексте выступает прежде всего сам *способ* композиционной компоновки материала. Мизансцены, диалоги, авторские монологи, портретные и интерьерные зарисовки монтируются подобно кадрам в кинематографе, последовательно сменяющим или наплывающим друг на друга. Таким образом, театрально-кинематографический принцип воплощения содержания как бы позволил Поэме органично принять в себя события и чувства "разных временных слоев", свободно соединить прошлое и будущее, провиденциальные мотивы и бытовые реалии, фантастику "полуяви-полусна" и историческую летопись эпохи.

В обнажении механизма жанровой многозначности мне видится одно из главных текстологических результатов предпринятого исследователя. Ведь предложенный сводный текст, в итоге, кристаллизует парадоксальный жанровый замысел Ахматовой, о котором она обмолвилась в следующем автокомментарии: "Так возясь то с балетом, то с киносценарием, я все не могла понять, что собственно я делаю. Следующая цитата разъяснила дело: „This book may be read as a poem or verse play" (Эту книгу можно читать как поэму или пьесу в стихах. – *Л. К.*, *Н. Ш.*) – пишет Peter Veereck <...> То же и одновременно я делала с „Триптихом"".

Что же касается собственно "театральной" версии, то здесь возникают свои жанровые парадоксы. Дело в том, что предложенная реконструкция позволяет увидеть глубоко скрытый трагедийный подтекст. Я имею в виду не только пафос, но и трагедийно-жанровые реминисценции, сведенные к единому архетипическому ядру.

Разгадывая "тайнопись" Ахматовой, исследователь, опирается на целый свод других ахматовских текстов и реконструирует "метасюжет" "Поэмы без героя". В этом смысле стихотворение "Через 23 года", обращенное к Гумилеву, контекстуально оказывается связанным с началом первой главы Первой части Поэмы. Однако С. А. Коваленко этим не ограничивается и, указывая на связь заглавия Поэмы со стихотворением Н. Гумилева "Современность" ("Может быть, мне совсем и не надо героя..."), выстраивает уже не "метатекст" Ахматовой, но метатекст самой Поэмы, которая начинает жить отдельно от автора и притягивает к себе множество аллюзий и реминисценций их мировой литературы.

Тем самым, Ахматова, по мысли С. А. Ковленко, "приоткрывала "тайну" Поэмы, подводя внимательного читателя к "линии" не пришедшего или "отсутствующего героя"..." [1, 12]. Именно так в сводном тексте "Поэмы без героя" возникает ситуация появления "мертвого жениха", которая "притягивает" аналогичные ситуации из великих трагедий мировой литературы – из "Каменного гостя" Пушкина, и в целом литературный миф о Дон Жуане – в его трагедийной ипостаси. Не случайно к "Петербургской повести" Ахматова ставит эпиграф из либретто Л. да Понте к опере Моцарта "Дон-Жуан" (ср. в переводе: "Смеяться перестанешь раньше, чем наступит заря. Дон Жуан"). А в сводном тексте этот эпиграф семиотически соотнесен с другим эпиграфом – к 1-й главе все той же Части первой, заимствованным из байроновской поэмы "Дон Жуан". Более того, в той же Части первой (во 2-й главе) Ахматова дает двойную реминисцентную отсылку – к пушкинскому "Каменному гостю"

и к блоковским "Шагам Командора", впрочем также отсылающим к "маленькой трагедии" Пушкина: "*С мертвым сердцем и мертвым взором / Он ли встретился с Командором, / В тот пробравшись проклятый дом?*" [1, 117].

Апеллируя к сводному тексту, зададимся вопросом, почему Ахматова так явно стремится встроить в *Часть первую* донжуановский миф? Ответ очевиден: во всех литературных "отражениях" многократно воспроизводится одна и та же ситуация – приход мертвеца (а точнее, *мертвого мужа*) в мир живых. Но в отличие от балладного сюжета, донжуановская коллизия отягощена мотивом загробного мщения.

В свете этой коллизии оказывается объяснимым появление и шекспировского "слоя" в Поэме, а именно – рецепций из трагедий "Гамлет" и к "Макбет". Причем, если отсылки к "Гамлету" достаточно прозрачны (ср. упоминания о "гамлетовых подвязках" и парапете "эльсинорских террас"), то макбетовские реминисценции завуалированы. Так, по поводу строк "*Значит, хрупки могильные плиты, / Значит, мягче воска гранит...*" [1, 113] сама Ахматова в своих записях указала их источник: "Макбетовские стихи <...> (Явление тени Банко на пиру)" [2, 112]. Отрадно, что в комментариях к сводному тексту этот источник указан [1, 317].

Указанные реминисценции, отсылая к образным парам Дон Жуана и Командора, Гамлета и Тени его отца, Макбета и призрака Банко, восходят к одной из ключевых трагических коллизий – встрече мертвеца (призрака) с живым с целью посмертного мщения. Однако, этот реминисцентно-образный ряд одновременно выступает и как нарративный концепт жанра трагедии, образуя тем самым важнейший жанровый подтекст "Поэмы без героя", выходящий на поверхность в "Решке" (ср.: "Скоро мне нужна будет лира, / но Софокла уже, не Шекспира..." [1, 135]. Реконструкция потаенного сюжета, объединяющего балладные и трагедийные смыслы, позволяет по-новому интерпретировать "Заклинание" – еще и как приглашение на ужин Командора, то есть некоей инфернальной и фатальной силы (судьбы). В таком случае, "незванность" и "несуженость" получает неожиданное (демоническое) объяснение.

Из вышесказанного следует, что твердого смысла – как такового – в рассмотренных ахматовских текстах нет: их семантика как бы заново реализуется в процессе эстетической коммуникации. При этом та или иная трактовка отнюдь не зависит только от читательского "произвола" и богатства его ассоциаций, но задается самим текстом, вернее, скрытыми ("спящими") в нем смысловыми валентностями. А их смысловая актуализация зависит от спектра жанровых ассоциаций читателя и от контекста, в который попадает произведение (цикла, раздела, книги). Изъятие стихотворения из привычного контекста, перевод его в иную систему неизбежно приводит к изменению его смыслового статуса, то есть к эффекту жанровой изотопии.

"Сводный текст" Поэмы сопровожден "Прозой о Поэме", выступающей, по мысли Коваленко, в статусе автометаописания, где основные темы и герои поэмы (а точнее, их прототипы) разыгрываются с помощью других "орудийных" (жанрово-родовых) средств. При этом развернутость прозаических заметок Ахматовой одновременно корректирует и расширяет реконструкцию, как бы позволяет посмотреть на Поэму с совершено другой стороны – с позиции истории создания и генезиса текста.

Отдельного разговора заслуживают "Комментарии" к сводному тексту поэмы, составленные С. А. Коваленко. Здесь исследователь, осознавая всю герменевтическую сложность ахматовской поэмы, дает к "темным местам" предельно точные фактические и концептуальные комментарии, что, безусловно, способствует более глубокому читательскому восприятию Поэмы. Поэтому комментарии выполняют не только служебную функцию, но оказываются гармоничным дополнением к Поэме, помогая постичь ее во всей полноте и смысловой многозначности.

Комментируя ахматовскую Поэму, исследователь учитывает принципиально "новую" коммуникативную структуру "Поэмы без героя". Центонная структура поздних акмеистических текстов предполагает совершенно иной облик читателя по сравнению с классическим: читатель предстает как своего рода "дешифровщик". И если ему удается найти "потаенные ключи" (чаще всего – это скрытые цитаты), то он становится "посвященным" – но не по типу символисткого эзотерика, а по типу члена филологического семинара или семьи (что для Мандельштама – почти одно и то же), для которого прозрачны все "домашние" намеки.

При этом текст и читатель обладают одними и теми же свойствами ("запечатанностью", непредсказуемостью, вариативностью), в силу чего между текстом Поэмы и читателями возникают совершенно особые эзотерически–игровые отношения. Поэт учитывает, что у каждого читателя своя "упоминательная клавиатура", и как бы "закладывает" фактор читательского восприятия в "концептуальную схему" произведения. Подобный текст рассчитан сразу на несколько уровней прочтения, своего рода – "партитур". Именно поэтому

С. А. Коваленко в своих комментариях часто дает разные прочтения тех или иных "темных мест" Поэмы, существенно дополняя ее целостный смысл. Так, рассуждая о загадочной строке "Смертельный полет поэмы", С. А. Коваленко дает два возможных ее прочтения, которые не противоречат, но, скорее, дополняют друг друга, соотносясь между собой как "тайное" и "явное". Первое, "прямое" значение этой строки опирается на вполне реальные биографические события (эвакуация Ахматовой из осажденного Ленинграда). Вторая же интерпретация базируется на ахматовской "тайнописи" и, по мнению С. А. Коваленко, представляет собой ""смертельный полет" уже "Поэмы без героя" за "железный занавес", где она была впервые опубликована" [1, 306].

Эта герменевтическая по своей сути установка реализуется за счет того, что в комментариях "прорабатываются" разные "семантическое слои" Поэмы, т. е. даются исследовательские интерпретации тех или иных смысловых пластов художественного мира Поэмы.

Большое внимание в комментариях уделяется прежде всего генезису текста Поэмы. Так, например, комментируя подзаголовок "Трагическая симфония", С. А. Коваленко прослеживает его "историю" в разных текстовых вариантах и реконструирует замысел автора, предполагая, что Ахматова, в связи с изменением жанровой природы произведения, "собиралась ввести в текст названия Триптиха новое определение: "Трагическая симфония" в ходе изменений композиции Второй части поэмы "Решка"..." [1, 301]. К этому же типу "генетических" комментариев относится примечание к интермедии "Через площадку", где исследователь анализирует функции "интермедии" в разных вариантах "ахматовского текста" Поэмы.

Заслугой комментатора является и скрупулезная реконструкция жизненно-прототипических реалий Поэмы, которые для современного читателя могут оказаться "темными" и неясными. Так, например, строфа из списка 1965 года (введенная в сводный текст):

Не кружился в Европах бальных,
Рисовал оленей наскальных,
Гильгамеш ты, Геракл, Гессер –
Не поэт, а миф о поэте,
Взрослым был уже на рассвете
Отдаленнейших стран и вер... –

по мнению автора, "восходит к памяти о Владимире Казимировиче Шилейке (1891–1930), втором муже Ахматовой". И далее С. А. Коваленко приводит биографические сведения о В. К. Шилейко как крупнейшем специалисте-ассирологе, что в свою очередь проливает свет на появление в тексте древневосточных мифологических аллюзий.

Особого внимания заслуживают примечания, выявляющие рецептивные слои Поэмы. Каждое из таких примечаний является герменевтическим микроисследованием, которое может быть развернуто в объемную статью. Так, например, образ "векового собеседника луны" [1, 110], на котором взгляд читателя обычно не останавливается, ассоциируется, по проницательному суждению С. А. Коваленко, с Люцифером, "в систему знаков которого входят Луна и утренняя звезда Денница. В пользу этого мнения говорит присутствие в одном из вариантов текста поэмы Аримана, престолонаследника Люцифера" [1, 314].

Чрезвычайно любопытен обнаруженный подтекст к образу "ожившего портрета" (ср.: "И пустая рама до света / На стене тебя будет ждать..."). С. А. Коваленко усматривает здесь никем из комментаторов ранее не отмеченную реминисценцию из поэмы А. К. Толстого "Портрет": "То молодой был женщины портрет, / В грацьозной позе. Несколько поблек он, / Иль, может быть, показывал так свет / Сквозь кружевные занавесы окон. / Грудь украшал ей розовый букет.../ Движеньем плавным платье расправляя, / Она сошла из рамы на паркет; / С террасы в сад, дышать цветами мая...". Найденная рецепция представляет собой точное текстуальное "попадание в десятку" и обнажает толстовский цитатный пласт, подтверждаемый лейтмотивными деталями ("букет роз", кружевной наряд Коломбины), заимствованный уже из другого произведения А. К. Толстого "Упырь". Неслучайность подобного интертекстуального сближения подтверждается С. А. Коваленко привлечением ахматовского фрагмента, в котором она рассуждает о вампирах (ср.: "И вампиры – это просто дети, / Коль сравнить с тобой, / Кровь сосут, кого-то ловят в сети, / Ночью голубой").

В свете интертекстуальных изысканий С. А. Коваленко речь автора-повествователя, обращенная к "ожившему портрету" (ср.: "На щеках твоих алые пятна, / Шла бы ты в полотно обратно" [1, 320]) представляется в новом свете – как заклинание потусторонних существ, наделенных демонической природой. Продолжая исследовательскую мысль, заметим, что толстовский "вампирический" мотив встраивается в прикровенный сюжет Поэмы (прихода "мертвеца" в мир живых с целью посмертного возмездия), определяющий ее скрытую смысловую структуру.

В целом подобный тип комментирования представляет собой своеобразное прослеживание истории текста с выявлением специфики художественного мышления Ахматовой (интерпретация на основе текстологической реконструкции). Другая функция комментариев связана с выявлением в произведении "мирового художественного интертекста". С. А. Коваленко, вычленяя интертектуальную "подоплеку" Поэмы, обнаруживает огромное количество цитат, реминисценций и аллюзий, связанных с русской и мировой литературой. Концептуальность, новизна, творческая "креативность" комментариев, составленных С. А. Коваленко, делает их увлекательным, чуть ли не детективным интеллектуальным чтением, которое одновременно является необходимым подспорьем для понимания целостного смысла Поэмы.

Издание книги "Петербургские сны Анны Ахматовой" можно назвать событием поистине общекультурного масштаба, ибо одно из самых непрочитанных произведений Ахматовой, в художественном зеркале которого отразился "настоящий XX век", предстало перед нами как "целостный" текст, данный в его генезисе и эволюции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Петербургские сны Анны Ахматовой. "Поэма без героя" (Опыт реконструкции текста) / Сост., вступ. статья, реконструкция текста и коммент. С. А. Коваленко. – СПб.: ООО "Издательство "Росток", 2004. – 368 с.

2. Записные книжки Анны Ахматовой (1958-1966). – М.; Torino, 1996.

Рецензент – Т. А. Никонова.

Статья принята к печати 12.11.2006.

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ КОНТРАСТ В РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩИХ

© 2007 Т. П. Куранова

ЯГПУ им. Ушинского

Неоспоримым является тот факт, что употребление и сочетание слов различной стилистической окраски – широко распространенное явление в речи ведущих на телевидении, употребляемое с целью воздействия на зрителей. Необходимо отметить и то, что использование слов, принадлежащих к тому или иному стилю, резко различается в речи исследуемых нами телеведущих развлекательных и аналитических программ.

Рассмотрим использование стилистического контраста на материале программ М. Леонтьева "Однако", В. Шендеровича "Итого", Т. Кизякова "Пока все дома" и Саши и Лолиты "Доброе утро, страна!". Ведущие данных программ широко пользуются данным приемом.

Характерной чертой речевого поведения ведущего аналитической программы "Однако" М. Леонтьева является использование грубо-просторечных слов и жаргонизмов**, в чем убеждают нас следующие примеры:**

(1) Так вот / наплевав нам в лицо / **эти же самые господа / тот же господин Грифиц** шастает **сейчас по Европе / чтобы восстановить бизнес //**

(2) Соединенные Штаты уже готовы кинуть **европейцев в Косово / куда они их сами** пинками и загнали //

Весьма распространенным приемом использования стилистических возможностей языка в речи М. Леонтьева является *столкновение в одном высказывании элементов разного стиля, смешение регистров и стилей речи.* Своего максимума он достигает при столкновении высокопарных или сугубо научных выражений с выражениями просторечными и грубыми. Приведем примеры:

(1) *Вот в Посольство Российское в Норвегии пришло открытое письмо от председателя Норвежского Пен-клуба Юнсена // Письмо с совершенно* ***хамским апломбом*** *<...> А вот какая* ***амбиция*** *у этих* ***придурков*** */ ответа требуют!*

(2) *Сейчас вот такой интересный* ***бизнес / санация*** *// Естественно за госсчет уже* ***издохших банков*** *// <...>* ***принципы санации*** *банковской системы неравные и неуниверсальные // В итоге сплошной* ***гадюшник*** *и никакой* ***санации*** *//.*

В данных примерах мы наблюдаем сочетание грубо-просторечной лексики с общественно-политической и финансово-экономической терминологией. Подобное смешение слов разных стилей несет яркий экспрессивный заряд и дает резко отрицательную оценку описываемых лиц.

Для контраста обратимся к примерам из речи ведущего развлекательной программы "Пока все дома". Разговорных и просторечных слов у Т. Кизякова сравнительно немного, и нужны они исключительно для достижения комического эффекта. Например:

В эфире программа "Пока все дома" / которая сегодня ***заскочила*** *в семью / состоящую из трех артистов.*

Гораздо чаще ведущий "Пока все дома" использует высокую книжную лексику в сочетании с общеупотребительной (нейтральной).

(1) Но ***помимо услады слуха / видимо*** */ есть еще какая-то практическая польза?*

(2) И тем не менее / ***плоды*** *знаменитых героев Сергея Селина /* ***сумели вкусить*** *и зрители знаменитого театра на Фонтанке / и многочисленные кинозрители //*

Т. Кизяков в своей передаче любит использовать высокую книжную лексику, что, несомненно придает некую пикантность его речи, располагает его к гостям программы – знаменитым людям, и привлекает внимание телезрителей, услаждает их слух. Часто также это способ создания комического эффекта, стремление вызвать добрую улыбку на лицах зрителей. Напротив, употребление в речи М. Леонтьева высокой лексики – это всегда ирония, снижение предмета разговора. Но чаще, как мы видим, у М. Леонтьева встречается грубо-просторечная, бранная лексика, используемая в целях эпатажа и выражения крайней степени возмущения по поводу чего-либо.

А теперь обратимся к стилистическими особенностями речи телеведущих из другой пары программ – "ИтогО" и "Доброе утро, страна!".

Достаточно активно В. Шендеровичем и в меньшей степени Сашей и Лолитой используется прием экстраполяции, который, по словам Ю. Зворыкина, "заключается в намеренном нарушении говорящим традиционной стилистической сферы употребления слов или выражений. Необычность такого словарного построения и является причиной комического эффекта" [1, 29]. Для подтверждения приведем следующие примеры из программы "ИтогО".

Теперь / собственно говоря / не обязательно даже становиться депутатом // Просто идешь на госслужбу / обвешиваешься орденами / и ***мочи*** *в свое удовольствие!*(Использование просторечного глагола *мочить* для выражения ироничного отношения к сообщаемой ситуации.)

Экстраполяция может выражаться "в нарушении не только стилистической сферы употребления слов в контексте, но и стилистической сочетаемости их друг с другом" [там же]. Например:

(1) ***Главная головная боль*** */ Гусинский на свободе / и не хочет /* ***г а д*** */ садиться! Да еще и сам* ***подал иск к Генеральной прокуратуре*** */ за то, что* ***последняя*** *без* ***предъявления коих бы то ни было обвинений з а п и х н у л а его*** *на трое суток в Бутырку //.*

Здесь наблюдается использование в одном высказывании лексики разных функциональных стилей: разговорной *запихнуть,* просторечной, с эмоциональной окраской презрительности *гад*, официально-деловой (*последняя* – для избежания повтора, *коих*) и слов юридической тематики (*Генеральная прокуратура, подать иск, предъявление обвинений*).

(2) О Жириновском: ***Святой человек*** *// Если бы он* ***организовал****, чтобы заодно куда-нибудь* ***провалилась*** *Чечня / цены бы ему не было вообще!*Здесь стилевой контраст возникает за счет использования в одном контексте слов *святой* – проникнутый высокими чувствами, возвышенный, идеальный (высок.), разг. *провалилась* и книж. *организовать.*)

Особый интерес в программах "ИтогО" и "Доброе утро, страна!" представляет смешение *лексики народной, устаревшей* с лексикой *современной, научной, общественно-политической.*

(1) *Через день доктор Путин продолжил курс иглоукалывания / прописанный* ***м а т у ш к е – Р о с с и и*** *для приведения ее в чувство //*

(2) *Следом за прокурором* ***с л у к о ш к о м по бюджетные бабки*** *на* ***организацию семи региональных оплотов юстиции*** *отправился Юрий Чайка / будем / Сказал* ***формировать единое правовое пространство*** *// Конечно / формировать единое правовое пространство из Москвы никак невозможно // Вот когда* ***человечество*** *изобретет* ***факс и компьютерную почту*** */ тогда другое дело... А пока надо рассадить по* ***России – м а т у ш к е*** *сотню-другую* ***чиновников*** *с хорошими* ***окладами*** */ и пускай* ***формируют пространство*** *//*

Использование наряду с высокой, книжной, научной лексикой слов, присущих народной, фольклорной речи *(Россия-матушка, лукошко)* нужно Шендеровичу, чтобы подчеркнуть определенную отсталость России, ее многострадальность и долготерпение по отношению к неумеренным действиям и претензиям правительственных чиновников. За счет такого стилевого контраста остро выражается ироничное отношение ведущего к происходящему.

Подобный пример использования экстраполяции встречаем и в программе "Доброе утро, страна!"

Л: *А почему* ***на Р у с и*** *вампиров нет?*

С: *На Руси вампиры* ***п о в ы м и р а л и*** *давно //*

Л: *Ой / а от чего это?*

С: *От* ***белой горячки*** *// Они ж* ***к р о в у ш к и народной п"опили / а кровушка народная*** */ насквозь* ***алкоголем пропитана*** *// Вот они все и* ***вымерли*** *// Нет / ну / конечно / остались отдельные* ***экземпляры*** */ но очень маленькие / и кровь сосут / так сказать / помалу // Вот смотри / один полетел //*

Здесь мы наблюдаем смешение лексики *современной* и *устаревшей.* К первой группе относятся слова *экземпляр, белая горячка, алкоголь,* имеющие широкое употребление в настоящем. Вторая группа представлена лексикой типа *повымирали, п"опили, на Руси, кровушка.* Кроме того, ведущими не случайно использован прием инверсии, столь характерной для народной речи (фольклора): *кровушка народная, алкоголем пропитана.* Употребление таких народных слов ведущими программы помогает воссоздать колорит прошлой эпохи, а сочетание их с лексикой современного употребления, тем более словами книжного характера: *алкоголь, экземпляр* используется ими для создания комического эффекта.

Что же касается речевого поведения В. Шендеровича, то, как видно из примеров, использование им слов эмоционально окрашенных, экспрессивных и, что самое важное, имеющих отношение к разным функциональным стилям, создает определенный языковой контраст в его речи. Здесь можно говорить об *игре стилями,* выражающейся в сочетании неодобрительных разговорных или просторечных слов со словами высокими, книжными или специальными. Таким образом, ироническое отношение ведущего программы "ИтогО" реализуется за счет контраста различных речевых стилей.

Подводя итог, необходимо отметить, что примеры употребления приема **экстраполяции** (нарушения стилистической сочетаемости слов друг с другом) во многом сходны в речи двух ведущих аналитических программ “Однако” и “ИтогО”. Существенное отличие, на наш взгляд, заключается в том, что М. Леонтьев использует экстраполяцию в целях эпатажа, выражения крайней степени возмущения, негативной реакции по поводу сообщаемого (этим можно объяснить употребление им грубо-просторечной, бранной лексики), а для В. Шендеровича она служит средством создания неподражаемой иронии, часто переходящей в едкий сарказм, это одно из самых сильных экспрессивных языковых средств в его речи.

Что же касается телеведущих программ развлекательного жанра, то Т. Кизяков в своей передаче любит использовать высокую, книжную лексику, что, несомненно, привлекает внимание телезрителей, “услаждает” их слух. Во-вторых, употребление им разговорных и просторечных слов – это способ создания комического эффекта, стремление вызвать добрую улыбку на лицах зрителей.

В программе “Доброе утро, страна!” мы наблюдаем смешение лексики современной и устаревшей или малоупотребительной. Сочетание народных фольклорных слов с лексикой современного употребления, тем более словами книжного характера, используется Сашей и Лолитой для создания комического эффекта.

Таким образом, функции стилистического контраста в речи телеведущих – это выражение оценки, ироническое комментирование и создание комического эффекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зворыкин Ю. Н. Остроумие в публичной лекции // Новое в жизни, науке и технике. – М.: Знание, 1980. -№ 12. – 48 с.

Рецензент – И. А. Стернин.
Статья принята к печати 10.10.2006.

ОБРАЩЕНИЯ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ

© 2007 А. С. Куркина

Воронежский государственный университет

Обращения в коммуникативном поведении человека ярко раскрывают индивидуальные особенности его речевой деятельности, характеризуют его как неповторимую коммуникативную личность. В этом плане уникальный материал для реконструкции коммуникативной личности А. П. Чехова дает его личная переписка.

Установление контакта с собеседником является важным параметром коммуникативной личности. Коммуникативный успех во многом зависит от того, как адресант начинает общение, как он называет собеседника.

Наименование адресата является результатом творческого акта в познавательной деятельности говорящего. При этом в основу номинации адресата могут быть положены различные признаки: как существенные, объективные, так и несущественные, второстепенные или даже окказиональные [1, 26].

Обращаясь к своему собеседнику, адресант может акцентировать внимание как на физических и психических особенностях, так и на социальных проявлениях адресата.

Значительную часть начальных обращений в письмах А. П. Чехова составляют неординарные обращения, что характеризует его как весьма оригинальную и творческую языковую личность. Как правило, подобные обращения писатель использует в общении с родственниками и близкими знакомыми.

Чеховские обращения многофункциональны, они настраивают адресата на определенную тональность общения. Нередко они являются частью коммуникативной стратегии адресанта для создания оригинального “коммуникативного рисунка” сообщения с учетом интересов и свойств собеседника.

Обращения в письмах А. П. Чехова выполняют *этическую* (служат знаками вежливости), *фатическую* (служат для установления речевого контакта с собеседником), *прагматическую* (служат для воздействия на адресата) и *эмоционально-характеризующую* функции. Во многих речевых ситуациях обращение Чехова к собеседнику может выполнять одновременно несколько функций.

Среди неординарных обращений в чеховских письмах можно выделить несколько типов.

I. ЭКСПРЕССИВНЫЕ СИТУАТИВНО-ОЦЕНОЧНЫЕ ОБРАЩЕНИЯ

Обращения подобного рода имеют максимально ситуативный и окказиональный характер, имеют в письмах А. П. Чехова обычно единичную встречаемость и используются по отношению к конкретному собеседнику.

А. П. Чехов именует адресата метафорическим именем по какому-либо временному, ситуативно обусловленному признаку. Писатель обращает внимание на несколько признаков, которые наиболее ярко характеризуют адресата: его психическое или физическое состояние, обозначившуюся в определенный момент черту его характера, значимое событие в его жизни, его временное географическое местоположение. Данные обращения обладают большой выразительностью, образностью, эмоциональной насыщенностью. Ярко выраженная экспрессия делает эти обращения настолько неординарными, что заменить их нейтральными невозможно. Обращения этого типа можно разделить на 3 группы.

1) Обращения, гипертрофирующие какое-либо из свойств личности, одну из черт характера, физическое самочувствие адресата или тональность его настроения в конкретной ситуации.

Подобные обращения часто содержат в себе в свёрнутом виде намек на содержание текста письма или акцентируют внимание на каком-либо отрывке из него. Данные обращения выполняют обычно конкретную прагматическую функцию и служат для воздействия на адреса-

та. Они могут употребляться со следующими целями.

– С целью выражения упрека:

"*Образованнейшая и лютейшая Любовь Александровна*!" (т.1, с. 36) – обращается в своем письме А. П. Чехов к Л. А. Камбуровой и сразу настраивает свою собеседницу и на последующий упрек, и на шутливый тон письма, в котором писатель корит Любовь Александровну за то, что она, написав брату огромное письмо, ни словом не упомянула А. П. Чехова.

"*Добрейший и тяжелейший на подъем Франц Осипович*!" (т. 1, с. 248) – начинает свое письмо к Ф. О. Шехтелю Антон Павлович с комплимента и одновременно с упрека, который развернется дальше в письме в шутливо-менторский укор и дружеское приглашение на дачу.

Письмо к А. Л. Селивановой-Краузе, начинающееся с обращения "*Бессердечная немка*!" (т. 6, с. 293), также "не предвещает ничего хорошего", так как далее следует шутливый выразительный упрек в невыполнении поручения.

"*Легкомысленный и посмеяния достойный брат мой Александр*!" (т. 1, с. 44.) – пишет А. Чехов брату Александру, и далее, сразу после обращения, приводит в шутливой форме по пунктам факты, говорящие о легкомыслии брата в конкретной ситуации.

– С целью выражения просьбы:

"*Милейший Банк*!" (т. 1, с. 179) – так начинает А. П. Чехов письмо своему другу М. М. Дюковскому и уже с самого начала акцентирует внимание на таком внутреннем качестве адресата, как щедрость и безотказность. Цель обращения очевидна – писатель просит денег взаймы, что подтверждается в последующем тексте письма.

– С целью извинения:

"*Обманутый Человек*! *Простите за обман*" (т. 1, с. 258) – обращается А. П. Чехов к Ф. О. Шехтелю и одновременно извиняется, заостряя его внимание на том, что невольно подвел адресата, и далее объясняет причину этого недоразумения. "*Сердитая Лидия Алексеевна*, *мне очень хочется повидаться с Вами*, *очень – несмотря даже на то*, *что Вы сердитесь и желаете мне всего хорошего "во всяком случае*" (т. 6, с. 307) – к Л. А. Авиловой.

– С целью сочувствия и медицинского наставления:

"*Бедная*, *больная Ликиша*!" (т. 4, с. 242) – пишет А. П. Чехов Лике Мизиновой; "*Мое Вам почтение*, *недугующий Николай Александрович*!" (т. 2, с. 69) – обращается Чехов к Н. А. Лейкину. Оба эти письма посвящены медицинским наставлениям.

– С целью утешения:

Начиная свое письмо И. Л. Леонтьеву (Щеглову) словами: "*Милая трагическая Жанушка*!" (т. 3, с. 267), писатель делает намек на нервность натуры своего доброго знакомого, на его склонность все преувеличивать и драматизировать: "*Успокойте Ваши щеглиные нервы*, *и да хранит вас небо*!" – пишет Чехов далее в письме.

2) Обращения, акцентирующие внимание на временном географическом местоположении адресата.

Данные обращения А. П. Чехов обычно употребляет со сравнительно-сопоставительной целью. По пути на Сахалин писатель в письмах к своим родным обращается: "*Друзья мои тунгусы*!" (т. 4, с. 65, 68, 70, 95), намекая на то, что все его близкие остались на севере, а он держит путь на восток. А в обращении к брату Александру: "*Европейский брат*!" акцентируется внимание не только на географическом местоположении адресата, но на цивилизованных условиях, в которых находится его брат (т. 4, с. 105). Со сравнительно-сопоставительной целью используется и концовка письма: "*Твой азиатский брат А. Чехов*".

3) Обращения, акцентирующие внимание на каком-нибудь поступке адресата или главном событии из его жизни (в основном на женитьбе или на рождении ребенка).

Для характеристики собеседника писатель использует окказиональные прилагательные: "*Доброкачественный брат мой*, *Александр Павлович*! *Первым делом поздравляю тебя и твою половину с благополучным разрешением и прибылью*, *а город Таганрог со свеженькой гражданкой...*" (т. 1, с. 53) – пишет А. П. Чехов своему старшему брату Александру и акцентирует внимание не только на таком счастливом и торжественном событии, как рождение ребенка, но и дает шутливую оценку возможностям и здоровью брата.

Похожие обращения с намеком встречаем и в письмах к брату от 24 или 25 июля 1891 г. и от 6 августа 1891 г.: "*Фотографический и плодовитый брат мой*!" (т. 4, с. 252); "*Плодовитая смоковница*!" (т. 4, с. 258).

А своему коллеге доктору П. Г. Розанову А. П. Чехов намекает на такое важное недавнее событие в его жизни, как женитьба: "*Женатый коллега*!" (т. 1, с. 181).

II. ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНЫЕ ОБРАЩЕНИЯ, НЕ ЗАКРЕПЛЕННЫЕ ЗА КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИЕЙ

1) Обращения, шутливо возвеличивающие собеседника.

а) *Шутливо-почтительные обращения.*

Данные обращения употребляются А. П. Чеховым в основном в письмах дружеского характера к очень уважаемым им людям или к своим близким с целью выразить шутливую почтительность собеседнику. Для этого он часто использует официальные формулы речевого этикета, которые выполняют не столько этикетную функцию, сколько эмотивную и фатическую.

Приведем несколько примеров: "*Ваше Превосходительство*!" (т. 3, с. 189, 294) – к А. С. Суворину. "*Ваше Благородие*!" (т. 1, с. 206) – к М. - М. Дюковскому. "*Ваше Высокородие*!" (т. 2, с. 146; т. 4, с. 311) – к А. С. Киселеву. "*Sire*!" (т. 1, с. 240; т. 2, с. 109, 123; т. 3, с. 40); "*Vive le roi*!" (Да здравствует король! – франц.) (т. 1, с. 195) – к Ф. О. Шехтелю. "*Sire*!" – к В. В. Билибину (т. 1, с. 195).

В письмах А. П. Чехова встречаются также обращения, построенные по образцу официальных формул речевого этикета. Данные обращения, похожие на шутливо-велеречивые титулы, писатель использует в основном в письмах к брату Александру: "*Ваше великолепие*!" (т. 5, с. 206); "*Ваше Целомудрие*!" (т. 1, с. 14); "*Ваше Вдовство*!" (т. 2, с. 314); "*Владыко*!" (т. 5, с. 349; т. 6, с. 16); "*Отче Александре*!" (т. 2, с. 334); "*Отче Повсекакие*!" (т. 6, с. 127); "*О. Архимандрит*!" (т. 2, с. 216); "*Литературный брандмайор*!"; "*Велемудрый секретарь*!" (т. 2, с. 120).

Некоторые официальные обращения А. П. - Чехов смягчает элативами, намеренно нарушая при этом этикетную норму: "*Милейший надворный советник*" (т. 2, с. 155, 214) – к А. С. Лазареву (Грузинскому). "*Милейший маэстро*!" (т. 2, с. 66)– к Ф. О. Шехтелю.

Иногда А. П. Чехов обращается к собеседнику как "низший" к "высшему", шутливо подчеркивая свое крестьянское происхождение. Несколько раз в своих письмах к А. С. Киселеву писатель использует формулу обращения: "*Барин*!!" (т. 2, с. 201), "*Милый барин*!" (т. 2, с. 273; т. 3, с. 37). А обращаясь к В. С. Миролюбову, пишет: "*Милостивейший государь Виктор Сергеевич, Отец и благодетель*!" (т. 5, с. 290).

Средством создания экспрессии в данных выше обращениях является языковая игра: А. П. Чехов преднамеренно употребляет стилистически маркированные знаки этикета в несоответствующей им ситуации.

б) *Обращения-комплименты, акцентирующие внимание на одной из положительных черт личности адресата или его внешности.*

Большая часть обращений этого типа содержит формы элативов (высшей степени качества): *талантливейший*, *счастливейший*, *добрейший*, *бескорыстнейший* и т. п.: "*Талантливейший из всех архитекторов мира*!" (т. 2, с. 37) – к Ф. О. - Шехтелю. "*Счастливейший избранник Гименея, добрейший доктор и восхитительный мужчина*!" (т. 3, с. 302) – к Н. Н. Оболонскому. "*Многоуважаемый и добрейший, как самая добрая маменька, Леонид Николаевич*!" (т. 1, с. 215) – к Л. Н. Трефолеву. "*Добрейший из юмористов и помощников присяжного поверенного, бескорыстнейший из секретарей Виктор Викторович*!" (т. 1, с. 189) – к В. В. Билибину.

А. П. Чехов употребляет также обращения, изобилующие эпитетами: "*Милый мой collega, Татьяна Львовна, великая писательница земли русской*!" (т. 5, с. 270) – к Т. Л. Щепкиной-Куперник. "*Здравствуйте, Клеопатра Александровна, великая артистка земли русской*!" (т. 5, с. 271); "*Великая актриса земли русской*!" (т. 6, с. 66, 122, 124) – к К. А. Каратыгиной. "*Талантливая Мария Владимировна*!" (т. 3, с. 84) – к М. В. Киселевой. "*Прекрасный Игнациус*!" (т. 6, с. 137); "*Неистовый Игнациус*!" (т. 6, с. 368) – к И. Н. Потапенко. "*Elegantissime*!" (т. 2, с. 41) – к Ф. О. Шехтелю. "*Добрый Саша*!" (т. 5, с. 277; т. 6, с. 77); "*Бедный, но благородный брат*!" (т. 5, с. 175) – к брату Александру. "*Благородная сестрица*!" (т. 4, с. 194) – к сестре М. П. Чеховой.

Высшей экспрессии в выражении восхищения достигают обращения с окказиональными прилагательными: "*Золотая, перламутровая и фильдекосовая Лика*! (т. 4, с. 231); "*Очаровательная, изумительная Лика*!" (т. 4, с. 240); "*Милая, великолепная Лика*!" (т. 5, с. 254); "*Добрая Лидия Стахиевна*!" (т. 6, с. 224); – к Л. С. Мизиновой.

<u>2) Обращения, шутливо дискредитирующие собеседника.</u>

Обращения этого типа А. П. Чехов использует только по отношению к своему брату Александру. Они имеют ярко выраженный экспрессивный характер. Как и другие экспрессивно-оценочные обращения, данный тип включает окказионализмы, например: *двулично-вольнодумствующий*, *недоуменный ум*, *иудино окаянство*, *666* и т. д. Шутливо-дискредитирующие обращения акцентируют внимание на "отрицательных чертах" личности адресата, обычно являясь частью коммуникативной стратегии в создании таких речевых жанров, как поручение, приказание, нравоучение, совет, критическое замечание. Эти обращения писатель часто использует с шутливо-регулятивной целью.

а) *Обращения, указывающие на "безнравственность" собеседника*:

"*Безнравственный брат*!" (т. 6, с. 275); "*Брат наш мерзавец Александр Павлович*!" (т. 1, с. 87); "*Беззаконно живущий и беззаконно погибающий*

брат мой!" (т. 3, с. 163); "*Беззаконно живущий и беззаконно погибающий брат наш Александр*!" (т. 3, с. 200); "*Бездельник*!" (т. 2, с. 241); "*Шантажист*!" (т. 2, с. 25); "*Гнусный шантажист*!" (т. 2, с. 235); "*Неблагодарный брат*!" (т. 5, с. 248, 251, 299); "*Недостойный брат*!" (т. 5, с. 291; т. 6, с. 138); "*Неблагодарный и недостойный брат*!" (т. 5, с. 240); "*Двуличновольнодумствующий Саша*!" (т. 6, с. 68, 167); "*Двулично-вольнодумствующий брат наш! Сим извещаю твое благоутробие, что я уже вернулся из гнилого запада и живу на даче* (*зри выше адрес*)" (т. 4, с. 230).

б) *Обращения, указывающие на "недостаток ума" собеседника*:

"*Голова садовая*!" (т. 2, с. 32); "*Недоуменный ум*!" (т. 2, с. 275); "*Недоуменный ум! Сейчас я имел неосторожность прочитать два твоих открытых письма. Своею безграмотностью, бессодержательностью и отвратительным слогом они испортили мне то светлое настроение, какое я испытывал сегодня, прочитав свой рассказ* "*Верочка*" (т. 2, с. 33).

в) *Обращения, указывающие на "дурные наклонности" собеседника*:

"*Алкоголизмуз*!" (т. 3, с. 246); "*Пьяница*!" (т. 3, с. 26); "*Раскаявшийся пьяница*!" (т. 3, с. 58); "*Прорва*!" (т. 2, с. 233).

г) *Обращения, указывающие на "ничтожность личности" собеседника*:

"*Ничтожество*!" (т. 2, с. 44); "*Инфузория*!" (т. 4, с. 25); "*Ремешок от штанов*!" (т. 1, с. 283); "*Дубина! Хам! Штаны! Ум недоуменный и гугнивый*!" (т. 2, с. 95); "*Маленькая польза*!" (т. 2, с. 264, 265); "*Маленькая польза! Пожелав тебе самой большой пользы, ответствую тебе на твое письмо*" (т. 1, с. 68); "*Финюга, маленькая польза, взяточник, шантажист и всё, что только пакостного может придумать ум мой! Нюхаю табаку дабы чихнуть тебе на голову 3 раза, и отвечаю на все твои письма, которые я читал и упрекал в нерадении*" (т. 1, с. 192).

д) *Обращения, указывающие на принадлежность собеседника к "темным силам"*:

"*666*!" (т. 3, с. 77); "*Столп злобы! О, иудино окаянство*!" (т. 2, с. 250).

е) *Обращения, указывающие на "отсутствие" у собеседника литературного таланта*:

"*Лжедраматург, которому мешают спать мои лавры*!" (т. 3, с. 209); "*Журнальный лилипут*!" (т. 3, с. 237); "*Ненастоящий Чехов*!" (т. 2, с. 283); "*Разбойник пера и мошенник печати*!" (т. 2, с. 137); "*Бесшабашный шантажист, разбойник пера и мошенник печати*!! *Отвечаю на твое поганое и поругания достойное письмо по пунктам...*" (т. 2, с. 317).

Рассмотрев разные типы экспрессивно-оценочных обращений, можно сделать вывод, что обращения с негативной оценкой собеседника явно преобладают над обращениями с положительной оценкой, особенно по отношению к брату Александру. Это объясняется, видимо, короткой коммуникативной дистанцией между собеседниками и, как следствие, игровым типом коммуникативных отношений.

III. СОЦИАЛЬНО-РОЛЕВЫЕ ОБРАЩЕНИЯ

В коммуникативном акте А. П. Чехов отмечает не только психологические, физиологические и личностные характеристики, но и социально-ролевые проявления собеседника. Любой человек, реализуя себя в социуме, осуществляет какую-либо социальную роль, которая может задавать модель коммуникативного поведения как адресата, так и адресанта. "Социально-ролевые наименования называют адресата по переменной социальной характеристике, актуализированной в момент коммуникативного акта:

1) по роду деятельности, должности, званию, чину;

2) по выполняемой в данный момент другой социально-значимой роли,

проявляющейся в речевом поведении адресата"[2: 101-102]. Приведем несколько примеров социально-ролевых обращений в письмах А. П. Чехова. В некоторых обращениях писатель в момент коммуникации может акцентировать свое внимание на месте работы адресата, которое определенным образом характеризует адресата: "*Таможенный брат мой Александр*!" (т.1, с.41); "*Уловляющий контрабандистов-человеков-вселенную, таможенный брат мой, краснейший из людей, Александр Павлыч*!" (т. 1, с. 45) "*Карантинно-таможенный Саша*!" (т. 1, с. 176); "*таможенно-карантинный человече*" (т. 1, с. 229) – обращается Антон Чехов к своему брату Александру. "*Добрейший столоначальник Александр Павлович*!" – в письме от 25 января 1883 г. (т. 1, с. 49). Данные обращения содержат в себе информацию о том, что Александр с некоторых пор стал важным человеком, так как работает на таможне. Подобные социально-ролевые обращения находим и в последующих письмах к Александру, где А. П. Чехов в шутливо-ироническом тоне отмечает значимость информации о новом месте работы брата в журнале "Пожарный": "*Пожарный*

Саша!" (т. 4, с. 29); "*Пожарный брат мой*! *Теперь я верю в предчувствия и пророчества*: *когда в детстве ты орошал по ночам свою постель и потом в отрочестве*, *кроме орошения*, *занимался еще и тем*, *что бегал на пожары и любил рассказывать о пожарной команде*, *бегущей по каменной лестнице*, *– тогда еще следовало предвидеть*, *что ты будешь пожарным редактором*. *Итак*, *поздравляю*. *Туши*, *Саша*, *пожары своим талантливым пером на шереметьевский счет*, *а мы будем радоваться*" (т. 4, с. 364).

Иногда обращения могут содержать намек на должность адресата: "*Кокарда*!" (т. 1, с. 240) – к брату Ивану.

Письма к своему другу Ивану Леонтьевичу Леонтьеву (Щеглову) А. П. Чехов часто начинает с обращения: "*Капитан*!" (т. 2, с. 198, 267; т. 3, с. 191); "*Милый капитан*!" (т. 2, с. 161, 188, 204, 297); "*Милейший капитан*!" (т. 2, с. 245); "*Дорогой капитан*!" (т. 2, с. 248); "*Храбрый капитан*" (т. 2, с. 209), акцентируя внимание на чине адресата (капитана-от-артиллерии), участвовавшего в русско-турецкой войне 1877–1878 гг.

Отметим, что повторенное неоднократно обращение "*Капитан*" закрепилось за адресатом и стало прозвищем.

В письмах А. П. Чехова встречаются также начальные обращения, акцентирующие внимание на роде деятельности адресата. Так, например, писатель несколько раз обращается к И. Л. Леоньеву-Щеглову, называя его: "*Милый господин театрал*!" (т. 3, с. 179); "*г. Театрал*!" (т. 3, с. 250); "*Милый мой драматург*" (т. 2, с. 282).

Особенностью социально-ролевых обращений в письмах А. П. Чехова на функциональном уровне является их экспрессивность, что не свойственно стереотипным социально-ролевым обращениям. А на лексико-семантическом уровне неординарность данных обращений проявляется в том, что группа социально-ролевых наименований адресата формируется А. П. Чеховым не только именами существительными, но и окказиональными прилагательными, которые употребляются писателем в несвойственном для прилагательных значении. Этот факт указывает на игровой тип языковой личности, а также на игровой тип коммуникативных отношений между собеседниками.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

1. Большинство обращений у А. П. Чехова имеет оценочно-характеризующий и экспрессивный характер. А. П. Чехов использует обращения в качестве оригинального образного средства, которое употребляется писателем не только с целью привлечения внимания, но и с целью воздействия на собеседника. Значительная часть используемых обращений выполняет прагматическую (воздействующую, регулятивную) функцию. Обращения в письмах Чехова могут выражать укор, сочувствие, просьбу, комплимент, побуждение к действию, приказ, нравоучение, интимный код, призыв отнестись к словам адресанта и к самой ситуации с юмором и т. д. Неординарные начальные обращения являются частью коммуникативной стратегии писателя.

2. Вступая в общение с симпатичными и близкими ему людьми, А. П. Чехов стремится к разрушению этикетных шаблонов, тем самым сокращая коммуникативную дистанцию с собеседниками. Количество неординарных обращений обратно пропорционально величине коммуникативной дистанции между собеседниками. Больше всего нестандартных обращений А. П. Чехов употребляет в письмах к старшему брату Александру. Стремление к использованию неординарных обращений характеризует А. П. Чехова как игровую языковую личность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мигирина Н. М. Типы номинаций для обозначения статусов лица в современном русском языке / Н. М. Мигирина. – Кишинев: Штиинца, 1980. – 186 с.

2. Полонский А. В. Категориальная и функциональная сущность адресатности / А. В. Полонский. – М.: Русский Двор, 1999. – 212 с.

3. Чехов А. П. Полное собрание сочинений и писем в 30-ти томах / А. П. Чехов. – М.: Наука, 1974. – Т. 1-6.

Рецензент – О. Н. Чарыкова.
Статья принята к печати 14.10.2006.

“СТАРОСВЕТСКИЙ ХРОНОТОП” В РОМАНЕ И.С. ТУРГЕНЕВА “НОВЬ”

© 2007 Л.Н. Лакомкина

Воронежский государственный педагогический университет

19 февраля 1866 года И. С. Тургенев в письме к Валентине Делессер напишет: «*Советую вам весьма настойчиво – прочитать повесть, о которой вам говорила графиня Адлерберг – и добавлю, что в своем роде это шедевр. К сожалению – это не мое сочинение; оно принадлежит Гоголю и находится в томе его повестей, выпущенном издательством “Ашетт”. Называется повесть “Старосветские помещики”. Как я уже сказал, не могу не пожалеть, что ее автор не я; сожалею об этом ...*» [3, 229]. А спустя десятилетие Тургенев закончит работу над романом “Новь” и в его композиционном центре разместит главы, парадоксально выпадающие и из сюжетного ритма самого произведения, и из ритма отражаемой в нем эпохи.

В романе о нови неожиданно обнаруживается гоголевский “старосветский” хронотоп. Речь идет о тех страницах, которые посвящены описанию четы Субочевых – Фимушки и Фомушки – своеобразных двойников Афанасия Ивановича и Пульхерии Ивановны. Как и гоголевская чета, Фимушка и Фомушка – “неслиянны и нераздельны”: “*Они вступили в брак очень рано – и очень давно тому назад поселились в дедовском деревянном доме на краю города, никогда оттуда не выезжали и никогда не изменили ни своего образа жизни, ни своих привычек*” [4, 441]. “*Голоса у них одинаковые: закрой глаза, так и не знаешь, кто говорит. Только у Фомушки речь как будто почувствительней*” [4, 439]. Различать же их можно было отнюдь не по половому признаку, а исключительно по банту на чепце: “*Одеты оба одинаково, в какие-то полосатые капоты <...> Похожи друг на друга ужасно, только вот что у одной на голове чепец, а у другого колпак – и с такими же рюшами, как на чепце; только без банта. Не будь этого банта – так и не узнаешь: кто – кто; к тому ж и муж-то безбородый. И зовут их: одного – Фомушка, а другую – Фимушка*” [4, 439]. Как и гоголевские старички, Субочевы подобны птицам небесным, свившим уютное гнездышко: “*И были в нем всевозможные сенцы, и горенки, и светлицы, и хороменки, и рундучки с перильцами, и голубцы на точеных столбиках, и всякие задние переходцы и каморки. Спереди находился палисадник – а сзади сад; а в саду – что клетушек, пунек, амбарчиков, погребков, ледничков... – как есть гнездо*” [4, 442].

Как и у Гоголя, главное отличительное свойство жизненного мира Фимушки и Фомушки – его обособленность от остального мира. Поэтому их дом – и чудом сохранившийся “оазис” милости и доброты (“*...Доброта их все побеждала; и над чудаками Субочевыми хоть и смеялись, хоть и считали их юродивыми и блаженными, а все-таки в сущности уважали их*” [4, 443]), и – своеобразная крепость, защищающая их внутреннюю жизнь от внешнего посягательства. “*Самый дом отличался от всех других домов в городе: он был весь построен из дуба и окна имел в виде равносторонних четырехугольников; двойные рамы никогда не вынимались*” [4, 441]. И в самом деле, за порог этой “крепости” не проникали не только посторонние люди, но и – никакое *новшество*. «*Время, казалось, остановилось для них; никакое “новшество” не проникало за границу их “оазиса”*» [4, 441].

В “Старосветских помещиках”, как писал Ю. М. Лотман, “*невозможность совершения событий, невозможность изменения <...> приобретает особый смысл. Неизменность – свойство Дома, внутреннего пространства, и изменение возможно лишь как катастрофа разрушения этого пространства*” [2, 429]. Неизменность – главное свойство и “старосветского” дома в “Нови”. “*Вообще же они* (*Фимушка и Фомушка. – Л. Л.*) *удерживались от порицаний нового времени и от восхвалений старого: иначе они отроду не живали, но что другие люди могли жить другим манером – и даже лучше, – это они допускали; лишь бы их не заставляли меняться*” [4, 445].

Издавна заведенный распорядок повторяется, как и положено в идиллии [1, 374], изо дня в

день. Завтрак, обед и ужин сменяются незатейливыми развлечениями и отходом ко сну. Примечательно, что даже лошадь у Субочевых звали Недвигой, под стать лошади был и кучер: "*Он до того был медлителен во всех своих движениях, что употреблял целых пять минут на понюшку табаку, две минуты на то, чтобы заткнуть кнут за пояс, и два часа с лишком на то, чтобы заложить одну Недвигу*" [4, 442].

Но вот на что следует обратить особое внимание: для старосветских Фимушки и Фомушки, как и для других обитателей дома, в старом свете представляется и все то, что находится за его порогом. "...*Староста в указанный срок являлся с оброчными деньгами и парой рябчиков, будто бы застреленных в господских лесных, в действительности давно исчезнувших, дачах...*" [4, 441]. Старый слуга Каллиопыч уверен, что крепостное право никто не отменял и считает себя поистине счастливым человеком, находясь в услужении у Субочевых. "...*А на вопрос: не слыхал ли он, что для всех крепостных вышла воля, – всякий раз отвечал, что мало ли кто какие мелет враки; это, мол, у турков бывает воля, а его, слава богу, она миновала*" [4, 441].

Любопытная в этой связи деталь: Фомушка, глядя на дорогую ему табакерку, продолжает видеть то, что, стерло на ней время: «*Фомушка достал и показал гостям свою любимую деревянную резную табакерку, на которой когда-то можно было счесть тридцать шесть человеческих фигур в разных положениях: все они давно стерлись, но Фомушка их видел, видел до сих пор, и перечесть их мог и указывал на них.* "*Смотрите,– говорил он, – вон один из окошка глядит, смотрите: он голову высунул...*". *А то место, на которое указывал его пухленький палец с приподнятым ноготком, так же было гладко, как и вся остальная крыша табакерки*» [4, 447]. И дело здесь не в старческом упадке. А в том, что для Тургенева (писателя, одновременно и преклоняющегося перед новью, и боящегося ее) в самой такой возможности – продолжать видеть то, что стерло время – и обнаруживается сокровенный смысл старосветского существования. Фимушка и Фомушка оказываются способными как бы "пронзать" время – видеть то, что из его течения выпало или выпадает. Не зря Фомушка из всех выделяет именно Нежданова – того, кто тоже оказался по ту сторону времени, выпал из него. "*Глаз у меня такой. Ты думаешь, я дура? Ан я похитрей тебя – даром что ты рыжий. Жалок ты мне ... вот тебе и сказ!*" [4, 454].

По Тургеневу, гибель старосветского оазиса грозит опустошением, потерей возможности уберегать от уничтожения то, к чему так безжалостно бесконечно обновляющееся время. «*А то придет вдруг день и час – один и тот же час непременно для обоих, – и свалятся мои переклитки со своих жердочек, и всякий антик тотчас с ними прекратится, и пузатенький дом пропадет – и вырастет на его месте то, что <...> всегда вырастает на месте, где была "человечина", а именно: крапива, репейник, осот, полынь и конский щавель; самой улицы не будет – и придут люди, и ничего уже больше такого не найдут во веки веков!..*» [4, 440].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М.М. Бахтин – М.: Худ. лит., 1985. – 502 с.

2. Лотман Ю. М. Избранные статьи / Ю. М. Лотман // Собр. соч.: В 3 т. – Таллинн, 1992. – Т. 1.

3. Тургенев И. С. Полн. собр. соч. и писем. В 30 т. – М.; Л., 1978-1986. – Т. 6.

4. Тургенев И. С. Полн. собр. соч. и писем. В 30 т. – М.; Л., 1978-1986. – Т. 9.

Рецензент – С. В. Савинков.

Статья принята к печати 11.12.2006.

МЕЛОДРАМАТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В АВТОРСКИХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧАХ

© 2007 Э.А. Лазарева, М.А. Очеретина

Уральский государственный университет

Благодаря "информационной революции" 90-х годов XX века на отечественном телевидении появилось множество каналов, "являющихся средствами выражения индивидуальной воли и личностного мировоззрения" [8, 41]. Такой поворот СМИ к человеку произошел потому, что "...в качестве приоритета современное общество выдвинуло господство индивидуалистических культур, основанных на культе конкуренции и успеха" [8, 41]. А. К. Михальская, представляя точку зрения Б. Ингхема, пресс-секретаря М. Тэтчер, пишет, что СМИ, "адресатом которых являются конкретные живые люди – личности, индивиды – заинтересованы в том, чтобы представить правительство, а также отдельных лидеров прежде всего как личностей, живых людей" [9, 141]. Этот новый подход СМИ и, в частности, телевидения, к подаче информации, когда «фигурантов элиты стали приглашать для разговора не об идеях, а "за жизнь"» [15, 78], известный российский культуролог Т. Чередниченко называет "лично-биографическим эксгибиционизмом".

Итак, изменения в обществе повлекли за собой изменение массового сознания, что выдвинуло на первый план не объективную реальность, а саму личность с ее субъективными знаниями о мире, субъективными ощущениями и оценками. Поэтому и появилось так много авторских программ, что, в свою очередь, говорит о рождении нового типа журналистики: "личностной журналистики" и "журналистики личности". Главный признак "личностной журналистики" – то, что "среди критериев ценности информации для адресата все большее значение приобретает личность автора", характерным признаком "журналистики личности" является приоритет интересов человека над государственными интересами [6, 19]. То есть современного зрителя интересуют живые люди на телеэкране, подробности их личной жизни. Поэтому большой популярностью пользуются передачи, в которых показывается частная жизнь людей (не обязательно известных) или рассказывается о ней.

Определяя жанры, используемые современными средствами массовой информации, исследователи обращаются к идеям В. Я. Проппа, в частности к его работе "Морфология сказки". Действительно, многие журналистские произведения строятся по принципам, изложенным Проппом в этом исследовании. Но сказка – это не единственный жанр, используемый (пусть и не всегда осознанно) современными журналистами. Другой жанр – мелодрама.

Материал нашего исследования – авторские телепередачи о личной жизни людей, в основном известных.

При исследовании мелодрамы мы считаем основными следующие жанровые признаки, выявленные разными исследователями [1; 5; 14]:

(1) нацеленность на вызывание сильных эмоций зрителя посредством (2) изображения острого конфликта (неправая сила – жертва), (3) утрирования, намеренной (иногда излишней) драматизации действия и (4) сглаженности (благополучия) развязки; (5) однородность характеров, (6) однозначность нравственной оценки героев, нравоучительность при (7) отсутствии социального анализа; (8) повторяемость, типичность (9) камерных, сугубо личных ситуаций.

"Разумеется, — замечает В. П. Крутоус, — не во всех видах искусства мелодраматическое представлено в таком многообразии признаков" [5, 131]. Но даже внутри одного вида искусства (а мы, вслед за А. А. Леонтьевым, считаем журналистику таковым) в одном произведении (мы рассматриваем телепередачи) невозможно найти все черты мелодрамы. Вообще, в современных произведениях (в литературе, в театре, в кино) присутствуют, скорее, только элементы мелодрамы.

Мелодрама сама по себе, в чистом виде, редка и в публицистике, так как у последней всегда совершенно определенные задачи, носящие со-

циальный характер. Но элементы мелодраматического присутствуют во многих произведениях средств массовой информации, и в частности, во многих телепередачах ("Моя семья", "Окна", "Что хочет женщина", "Жди меня", "Встань и иди", "Линия судьбы", "Во имя любви" и др.). Но наиболее явно мелодраматическое начало присутствует в двух программах: в "Женском взгляде" Оксаны Пушкиной и в "Кумирах" Валентины Пимановой. В качестве материала для анализа мы используем расшифровки видеозаписей данных передач, а также сборники "историй" этих же авторов, составленные на основе уже вышедших в эфир программ. Это кажется нам оправданным и возможным, поскольку нас интересует прежде всего текст.

Обе эти передачи авторские, они основаны на интервью, но мы практически не слышим вопросов, задаваемых герою, а саму ведущую мы видим очень мало (В. Пиманова) или не видим вообще (О. Пушкина). Поэтому это не обычное интервью, а скорее исповедь. Каждая ведущая выступает в роли хорошо информированной доброжелательной хозяйки, оставляя своих гостей один на один со зрителями. Но при этом она находится недалеко от героя и делится со зрителями информацией, которую гость в силу тех или иных причин замалчивает. Таким образом, повествование ведется не только от лица героя, но и от лица автора, что позволяет ему создавать общую тональность передачи, отбирать нужный материал, выстраивать текст таким образом, чтобы создать наиболее яркий мелодраматический эффект.

Но для создания мелодраматического эффекта в телепередаче недостаточно, чтобы герой рассказал о событиях личной жизни. Необходимо еще определенным образом подать этот рассказ, чтобы вызвать "слезные" эмоции у аудитории. Таким образом, в действие вступают такие факторы, как адресат (аудитория), герой (повествователь), ведущий (который тоже выступает в роли нарратора), то есть элементы коммуникативно-речевой ситуации.

Таким образом, в телепередаче нам важен не только вербальный текст (в данном случае – повествование о событиях, произошедших в личной жизни героя), но и все, что связано с самим героем, с ведущим, аудиторией, их взаимоотношениями и т. д. То есть, анализируя телевизионное произведение, мы должны учитывать его комплексный, многомерный характер.

Текст телепередачи в сочетании с ее коммуникативно-речевой ситуацией – говорящие (автор и герой), слушающий (аудитория), обстановка общения – представляют собой дискурс. Мы используем трактовку термина "дискурс" Г. Г. Почепцова, который определяет дискурс "как социальный процесс, в который включен текст, а текст является конкретным материальным объектом, получаемым в дискурсе" [11, 118]. В этом случае взгляд на объект как на лингвистический процесс позволяет нам говорить о дискурсе, а взгляд на объект как на результат лингвистического процесса дает нам текст.

В дискурсе нас интересуют прежде всего элементы, повторение которых в разных произведениях закрепляет их в нашем сознании. Эти "обобщения", называемые по-разному: схемами, фреймами, формулами, сценариями – хранятся в памяти всех общающихся, "общей памяти", по определению Ю. М. Лотмана [7, 87]. Мы называем их мотивами.

Мотивы (имеющие инвариантную природу) манифестируются в **разных** конкретных **повествовательных элементах**: в герое, в событии, в хронотопических элементах и т. д. То есть в роли мотива может выступать любой феномен, «любое смысловое "пятно" – событие, черта характера, элемент ландшафта, любой предмет, произнесенное слово, краска, звук и т. д.» [2, 98].

Поэтому мы называем мотивом типичный, повторяющийся значимый содержательный элемент произведений, закрепляющийся в виде определенного обобщения в системе наших знаний в результате восприятия текстов.

Основное эстетическое задание мелодрамы – вызывать у адресата чистые и яркие эмоции. В этом выражается ее "эмоциональная телеология", по терминологии С. Д. Балухатого [1, 30]. Эта эмоциональная телеология мелодрамы отражается в сюжетных темах, в конструкции сюжета, в материале бытовых фактов, в ситуациях, в персонажах, в их поступках, в их речах и диалогах [1, 31-37]. То есть все элементы, все мелодраматические мотивы организуются по принципу максимального нагнетания эмоций зрителя. Без этого не будет эффекта мелодрамы.

Эмоции же зрителя мелодрамы определяются эмоциями ее героя. Поскольку «с мелодраматическим героем можно только самоотождествиться. "Чистая" мелодрама не несет новой информации (стараясь только ассимилировать положительные ценности из числа актуальных "общих мест" эпохи), она может только напомнить о подавленных или просто забытых эмоциях» [14, 51].

По словам В. Пимановой, ее главная задача – "показать героев такими, какие они есть, с понятными любому зрителю проблемами, успехами, неудачами, болью и радостью" [10, 8]. А вот как характеризуется "Женский взгляд" Оксаны Пушкиной в аннотации к ее книге: "Восхищает искренность рассказов, и становится понятно, что

мотивы НЕСЧАСТЬЯ	мотивы СЧАСТЬЯ	мотивы НЕСЧАСТЬЯ-СЧАСТЬЯ
	мотивы-ОТНОШЕНИЯ	
Предательство Козни врагов Непонимание Родительское проклятие	Взаимопонимание Идеальная пара Родство душ	Завоёвывание любимой (любимого) Конфликт при знакомстве
	мотивы-СИТУАЦИИ	
Болезнь Разлука Выбор Испытания судьбы Материальное неблагополучие Несчастный случай Одиночество Потеря Смерть Разница в возрасте Разрушение семьи Пьянство	Встреча Счастливая случайность Обретение богатства Рождение ребёнка	Тайна
	мотивы-ЭМОЦИИ	
Раскаяние Ревность Страдания ребёнка	Любовь Любовь с первого взгляда Страсть	

судьбы этих мужчин и женщин в чем-то схожи с вашей судьбой и судьбой ваших знакомых" [13].

Таким образом, "эффект мелодрамы – эффект узнавания (вспоминания) себя. Поэтому существует лишь одно условие ее безусловного воздействия: зритель должен принимать ее всерьез. В идеале это должен быть зритель, не понимающий разницы театра и жизни, героев и живых людей..." [14, 51]. (Причем надо заметить, что в телепередачах чаще всего действуют как раз реальные люди, а не актеры, то есть в данном случае действительно нет разницы между театром и жизнью.)

Сведя мелодраматические мотивы в определенный перечень, мы увидим, что волнует современного человека (в его личной жизни, в его взаимоотношениях с близкими и родственниками, с коллегами и т. д.) и каковы его представления о счастье.

В текстах анализируемых телепередач мы нашли 32 мелодраматических мотива, которые разделили прежде всего на две большие группы:

1) мотивы, обозначающие счастливые для героя ситуации и вызывающие у зрителя эмоции радости, удивления, восхищения;

2) мотивы, обозначающие несчастливые для героя ситуации и вызывающие у зрителя эмоции жалости, сочувствия, сострадания (а иногда и собственно страдания, если это условная эмоция).

Основаниями для такого деления были:

1) эмоции героя;

2) эмоции зрителя.

Общая окрашенность этих эмоций должна быть одинаковой: отрицательной или положительной.

Для краткости мы назвали эти группы соответственно "мотивами Счастья" и "мотивами Несчастья".

Существует еще немногочисленная третья группа мотивов, которые передают разные эмоции у героя и противоречивые – у зрителя. Эту группу мы назвали "мотивами Несчастья-Счастья".

При этом следует отметить, что каждая группа делится на одинаковые подгруппы: мы можем выделить мотивы-отношения, мотивы-ситуации и мотивы-эмоции. Таким образом, наша классификация мелодраматических мотивов имеет следующий вид (см. табл).

Необходимо заметить, что в тексте телепередачи мотивы не реализуются изолированно друг от друга. Мотивы взаимодействуют, пересекаются, наслаиваются один на другой, часто выступают в связке. Эту взаимосвязь мы показываем в нашем анализе мелодраматических мотивов.

Причины страдания в мелодраме могут быть самыми разными, важно только, чтобы страдание было непрерывным и "конец" одного страдания совпадал с "началом" другого. Страдание в мелодраме – это и тема, и метод воздействия, и основная характеристика героев» [14, 44-45].

Таким образом, "мелодрама пользуется материалом, неизбежно порождающим у зрителя необычные эмоциональные потрясения – фактами, действующими непосредственно, экспрессивной своей природой, на наше восприятие" [1, 32]. Причем факты эти могут иметь приличный "стаж". Например, в октябре 2003 года к юбилею Елены Санаевой вышло две передачи о ней – "Кумиры" и "Женский взгляд". Повод – юбилей, но основным мотивом, вокруг которого строилась беседа в обеих программах, стал мотив смерти – смерти мужа Елены Санаевой – Ролана Быкова, несмотря на то, что он умер за пять лет (!) до

этого и поводом для эфира был все-таки день рождения героини.

Начало передачи «Кумиры»:

Валентина Пиманова. *16 мая 98-го года в концертной студии "Останкино" состоялось последнее выступление изумительного актера и режиссера Ролана Быкова. В тот вечер Быков, которого обожали все, был как всегда неотразим. И никто из зрителей даже не догадался, в каком состоянии этот мужественный человек вышел на сцену. Санаева ловила каждый его вздох, опасаясь, что этот вздох может оказаться последним.*

Автор "Женских историй" тоже почти сразу упоминает о факте смерти:

Оксана Пушкина. *Великий актер и режиссер Ролан Быков умер в ночь с 5-го на 6-е октября 98-го года. После трагедии Елена Санаева больше года провела наедине с телевизором. В самые отчаянные минуты ее поддерживал сын Павел. Горечь утраты была невыносимой* ***(эфир: 25.10.2003 г.)***

И затем в беседах обеих ведущих с героиней этот мотив остается основным.

Таким образом, мелодраматические мотивы – существенная черта содержания современной российской телепублицистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балухатый С.Д. Поэтика мелодрамы / С.Д. Балухатый // Вопросы поэтики. – Л., 1990. – С. 27-40.

2. Гаспаров Б.М. Из наблюдений над мотивной структурой романа М.А. Булгакова "Мастер и Маргарита"/ . Б.М. Гаспаров // Даугава. 1988. -№ 10. – С. 96-106.

3. Джидарьян Д.И. Счастье в представлениях обыденного сознания/ Д.И. Джидарьян // Психол. журн. – 2000. № 2. – С. 40-48.

4. Доманский Ю.В. Смыслообразующая роль архетипических значений в литературном тексте: Пособие по спецкурсу. / Ю.В Доманский.– Тверь, 2001. – 124 с.

5. Крутоус В.П. О «мелодраматическом» / В.П. Крутоус // Вопросы философии. – 1981. -№ 5.– С. 125-136.

6. Кувшинова О.В. Личностная журналистика в информационно-коммуникационном обществе / О.В. Кувшинова // СМИ в современном мире. Тез. науч.-практ. конф. СПб., 2000.– С. 18-20.

7. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. / Ю.М. Лотман. -М., 1999. – 240 с.

8. Мансурова В.Д. СМИ как средство коммуникативной саморегуляции общества / В.Д Мансурова. // СМИ в современном мире. Тез. науч.-практ. конф. СПб., 2000. С. 41-42.

9. Михальская А.К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике./ А.К. Михальская— М., 1996. – 248 с.

10. Пиманова В.Ю. Кумиры в кадре и за кадром. / В.Ю. Пиманова. – М., 2005. – 196 с.

11. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации./ Г.Г. Почепцов – М., 1998. –197 с.

12. Пропп В.Я. Морфология сказки. / В.Я. Пропп. – М., 1969. – 206 с.

13. Пушкина О.В. Женский взгляд Оксаны Пушкиной. / О.В. Пушкина – М.: ЗАО Изд-во Центрполиграф, 2000. – 168 с.

14. Степанов А.Д. Психология мелодрамы/ А.Д Степанов – // Драма и театр. –Тверь, 2001. – с. 38-51.

15. Чередниченко Т. Россия 1990-х в слоганах, рейтингах, имиджах / Т. Чередниченко // Актуальный лексикон истории культуры. М., 1999. – 188 с.

Рецензент – И.А.Стернин.

Статья принята к печати 29 сентября 2006 г.

ЖАНР "ХОЖЕНИЯ" В ЛИТЕРАТУРЕ РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ (ПОВЕСТЬ И. С. ШМЕЛЕВА "БОГОМОЛЬЕ")

© 2007 *О.С. Мерцалова*

Орловский государственный университет

Литература религиозной тематики всегда вызывала интерес у писателей разных эпох, т. к. в ней "*находятся корни русского самосознания и раскрываются особенности национального характера*" [7].

Историк К. И. Зайцев считает, что единство веры укрепляет "растекающиеся массы" и идеализирует прошлое. Так, для православия древнерусское государство становится эталоном правильной жизни. Этот же мотив подхватывает эмигрантская литература, превращая в христианское сказочное царство Россию дореволюционного времени. Например, исследователь Е. Пономарев говорит о такой особенности в творчестве И. С. Шмелева, как восприятие России в образе тридевятого царства, где нет несправедливости и зла.

В повести "Богомолье" писатель вновь обращается к мифу о Святой Руси. "*Происходит восстановление идеализации православного государства*, – считает исследователь, – *где все живут побожески и поэтому счастливы*" [7, 89].

"*Богомолье! Вот чудесное слово для обозначения русского духа*, – писал философ прошлого века И. А. Ильин, – *как же не ходить нам по нашим открытым, разметавшимся пространствам, когда они сами, с детства, так вот и зовут нас – оставить привычное и уйти в необычное...*" [2, 127]. Вырваться из обыденности, увидеть своими глазами святое, прикоснуться к благодати и очиститься – вот к чему стремится одна из сторон человеческой души. Так проявляется божественная искра в людях, которая заставляет их вставать с насиженных мест и идти к святому. Подобная мысль рассматривается художниками слова XX в. и имеет место в воспоминаниях писателей-эмигрантов, например, у И. С. Шмелева. Исследователь М. А. Голованева отмечает сознательную "богоприверженность" И. С. Шмелева, что выражается в "*насыщенности его произведений религиозными мотивами, символами, в наличии связей с древнерусской литературой*" [1]. В данной статье мы проследим основные черты средневекового жанра "хожения" в повести И. С. Шмелева "Богомолье".

Особенностями средневекового миросозерцания определяется разработанная система жанров, которая преследует практическую цель – нравственное воспитание людей. Вместе с христианством Древняя Русь перенимает и ту систему жанров, что была разработана в Византии. "*Память, а не познание есть основная творческая способность и сила древней литературы*" [4, 403]. На этом основываются исследования Д. С. Лихачева о характере человека, который любит жить воспоминаниями и для которого важно прошлое не только личное, но и общественное. Поэтому появляется в Древней Руси целая система исторических жанров, на которую ссылается исследователь В. В. Кусков [3, 58]. Это связано с хронографиями, историческими повестями и т. д. В то же время уже с XI столетия начинаются путешествия людей на христианский Восток по "святым местам". Именно в тот момент, как утверждает исследователь Н. И. Прокофьев, на грани «перехода от церковных жанров к мирским появляются "хожения" – путешествия-описания паломничества к святым местам» [9, 14]. Жанр "хожения", характерный для богословской литературы как "паломничество", а для мирской как "путешествия", был весьма популярен в древнерусской читательской среде.

"*Паломничество – это распространенная в средние века форма благочестивого путешествия к центрам поклонения христианским святыням*" [10]. Центры паломничества (или "хожения") были связаны с местами погребения апостолов и святых, нахождения и хранения христианских реликвий. Верующий знал, что Бог присутствует всюду, но желал приблизиться к тем сакральным местам, где был возможен физический контакт с божественной сферой и где молитва должна была быть скорее услышанной, чем в другом месте. "*Паломническая практика*, – писал Г. Подскальски, – *издревле преследовала цель не только душеполезного поучения (для читателей), но также и непосредственного снискания благодати для тела*

и души во спасение в сем и потустороннем мире" [6, 319]. Реликвии, места реальной жизни святого – это те причины, которые способствовали возникновению религиозных комплексов, например, таких как Лавры; они рассматривались как потенциальный источник чуда, где происходили исцеления на глазах людей.

Многие паломнические путешествия предпринимались с целью добыть реликвии и становились известными благодаря паломникам. Другой целью "хожения" было очищение от груза прошлого, прозрения в духовном плане. Таковы основы содержательной стороны "хожений".

Художественное своеобразие литературы "хожений", т. е. их описание, по мнению Н. И. Прокофьева, заключается в простоте стиля. Однако в рамках уходящей в прошлое религиозной и политической идеологии в них отражается нравственная и художественная мудрость народа, которая не исчезает бесследно с предыдущими поколениями и которая вновь раскрывается современному человеку.

На современном этапе жизни, в связи с нарастающим процессом утраты национальной культуры и заменой ее западной субкультурой, возрастает роль отечественной литературы, оказывающей значительное влияние на формирование нравственных качеств учащихся. Это вызвано волной "новой религиозности" – одним из восстановительных смыслов в обществе и современной литературе, что аналитики связывают с переменами в мировоззрении людей. Вновь стала востребована православная литература, где раскрываются основы религиозного мироощущения (притчи, Библия, проповеди священнослужителей), а также произведения писателей, которые пользуются традициями возрожденной древнерусской жанровой системы. Как отмечает В. В. Кусков, "*...нравственные поиски настолько захватывают литературу, что содержание в русской литературе явственно доминирует над формой*" [3, 61]. Чаще форма и содержание подчиняются одной цели – раскрыть идею произведения и заставить задуматься над ней читателя.

Вновь возрождается жанр "хожения" в творчестве писателей-эмигрантов, например, в творчестве И. С. Шмелева в повести "Богомолье". Уже само заглавие – "Богомолье" - свидетельствует о существовавшей традиции ходить на поклонение в "святое место". Проследим основные элементы традиции "хожения" как литературного жанра в данном художественном произведении.

Смысловым зачином и одновременно нравственно-философским лейтмотивом повести являются слова Горкина: "*...делов-то пуды, а она (смерть) туды*" [11], сказанные в ответ на отказ отца Вани отпустить их в горячую рабочую пору на богомолье. Происходит столкновение двух сфер: земной и небесной, в основе которого заложен глубокий смысл – "*никогда не надо забывать о том, что превыше всех земных дел должна быть постоянная готовность человека предстать перед Всевышним... очищенным от грехов*" [8, 161]. Поэтому паломники спешат к святому месту и мощам преподобного, чтобы "пообмыться в баньке духовной". Следует отметить, что свой путь они называют словом "потрудиться", таким образом сближая духовное начало с физической "земной" работой.

Целью путешествия богомольцев была Троице-Сергиева Лавра, где находится одна из главных православных святынь: мощи преподобного Сергия Радонежского в соборе Святой Троицы.

В композицию "хожений" обязательно входят наименования географических мест, где находятся памятники христианской культуры. Н. И. Прокофьев уточняет: "*Легенда сплелась с топографической заметкой и тем самым приобрела более реальные очертания*" [9, 16], что можно наблюдать в анализируемом произведении: ***"А это Никольские ворота***, – указывает Горкин, – ***крестись, Никола – дорожным помочь"*** [11, 72], ***"Иверская (часовня) открыта, мерцают свечи"*** [11, 72]. ***"Троица... вон она... вся тут и Троица, округ колокольни-то, за стенами... владение большое, самая лавра-Троица"*** [11, 16].

И. П. Карпов выделяет в "Богомолье" три сферы пространства-времени: личное, культурно-историческое и духовное. К духовному хронотопу исследователь относит топонимику религиозных сооружений: Успенский, Благовещенский, Архангельский соборы, Иверская часовня, Никольская церковь, Сергиев Посад, Троице-Сергиева Лавра, которые существуют и ныне. Однако деление на сферы, как отмечает исследователь, ***"условно, потому что чаще всего в любом фрагменте повествования присутствуют все времена: явления духовной жизни сопрягаются с бытовым поведением людей"*** [11, 30]: ***"В голубой башенке – Великомученик Пантелеймон"*** [11, 25].

Любое "хожение" сопровождается препятствиями. Их преодоление приближает путешествующих к святым людям, которые подавали пример терпения и смирения в жизни, гармонии в человеческих отношениях. В повести "Богомолье" можно выделить следующие препятствия:

1) Горкин ссорится в трактире "Отрада" с трактирщиком Брехуновым и Домной Панферовной. Повод – Ване показывали пьяниц: ***«Он (Горкин) сердито тянет меня и почти кричит: "Пойдем, нечего тут глядеть, как люди себя теряют... пойдем!"»*** [11, 81];

2) преодоление безбожия (сцена на реке Яузе): спор пьяных слесарей и богомольцев. Рассказ ста-

рика, вылечившегося водой, бьющей из Золотого Креста, высмеивается пьяными людьми: ***"Надувают дураков! Водопровод-напор это, нам все, срезалям видно… дураки степные!"*** [11, 78]. Увещевания Горкина не способствуют устранению спора. Конфликт достигает пика: ***"А один из охальников допил бутылку, набулькал в нее из речки и на нас – плеск из горлышка, крест-накрест! – Вот вам мое кропило! Исцеляйся от меня по пятаку с рыла!.."*** [11, 88-89];

3) телесный недуг Горкин воспринимает как наказание: ***«Нога у него синяя, жилы вздулись. Он валится и тяжело вздыхает… и все стонет: "За ква-ас… на сухариках обещался потрудиться, а мурцовки захотел, для мамону… квасом Господь покарал…"»*** [11, 97].

Преодоление "посланных" испытаний дает право на благодать от Бога. Паломники вновь мирятся и помогают друг другу в бедах, что позволяет им духовно очиститься и быть свидетелями чуда, а это дано только избранным.

"*Многие паломничества, как отмечают исследователи, совершались с целью покаяния и служили отпущению грехов*" [10, 332]. Горкин, наставник Вани, мучается грехом: стремление заставить подмастерье Гришу не бояться высоты закончилось падением мальчика и его гибелью. Горкин прошел суд мирской и духовный, но не чувствовал внутреннего спокойствия, которое вновь возвращает ему отец Варнава: ***"Исповедовался у батюшки… стал ему про свои грехи сказывать… и про тот мой грех, про Гришу-то… А он, светленький… епитрахилькой накрыл и отпустил***" [11, 143].

Во многих святых местах происходит исцеление больных у мощей святых и в местах, где те страдали. Подобный "расслабленный" есть и в повести "Богомолье". Горкин и его спутники встречаются с Мишей, когда идут в Троице-Сергиеву Лавру. Мальчика Ваню, который рассказывает о паломничестве, поражает внешность больного: ***"Лицо у парня костлявое, как у мертвеца, все черное, мутные глаза гноятся. Руки у него тонкие, лежат как плети"*** [11, 86]. У колодца, называемого "Золотой Крест", который по легенде выкопал преподобный, множество людей становятся свидетелями чуда: знакомый больной "оживает": ***"Все кричат: глядите, расслабленный-то ручку поднял, перекрестился! Велят поливать на ноги, и все принимаются поливать. Парень дергается и морщится и вдруг – начинает подниматься! Все кричат радостно: Гляди-ка, уж поднялся!.. ножками шевелит… здо-ро-вый…"*** [11, 151].

Подобная сцена очень напоминает исцеление Христом расслабленного: *"И вот, какие-то люди, неся на постели человека, который был парализован, искали возможности внести его внутрь и положить перед Ним… Тебе говорю: встань, возьми свою постель и иди к себе домой"* [5]. Больной встал и ушел. Часто в житиях святых упоминаются творимые ими чудеса, которые продолжаются и после их смерти, что отражается в "хожениях".

Итак, на основании вышеизложенных данных анализа повести И. С. Шмелева "Богомолье" мы можем выделить основные особенности текста, которые подчиняются традициям древнерусского жанра "хожения":

1) цель паломничества – очищение души и тела;
2) преодоление препятствий богомольцами;
3) отпущение грехов страждающим;
4) чудо исцеления больного в святом месте.

Таким образом, использование структуры жанра "хожения" и наполнение его современным содержанием свидетельствуют о глубоком проникновении писателя в религиозный мир.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голованева М. А. Проблема автора в творчестве И. С. Шмелева: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Голованева М. А. – Астрахань, 2002. – 19 с.
2. Ильин И. А. Одинокий художник / И. А. Ильин. – М., 1993. – 348 с.
3. Кусков В. В. История древнерусской литературы: учеб. пособие для ун-тов / В. В. Кусков. – М., 1982. – 336 с.
4. Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы / Д. С. Лихачев. – Л., 1971. – 586 с.
5. Новый Завет (Восстановительный перевод). Анахайм, 1998. Лука 5: 18-25. – 284 с. (с комм.)
6. Подскальски Г. Христианство и богословская литература Киевской Руси (1237–1988) / Г. Подскальски. – СПб., 1996. – 440 с.
7. Пономарев Е. Россия, растворенная в вечности. Жанр житийной биографии в литературе русской эмиграции / Е. Пономарев // Вопросы литературы. – 2004 (январь-февраль). – С. 88-90.
8. Православие (словарь). – М., 1988. – 1053 с.
9. Прокофьев Н. И. Хожение: Путешествие и литературный жанр / Н. И. Прокофьев // Книга хожений. – М., 1984. – 134 с.
10. Словарь средневековой литературы. – М., 2003. – 632 с.
11. Шмелев И. С. Соч.: в 2-х т. – Т. 2. – М., 1989. – С. 47. Далее страницы по этому изданию указываются в скобках.

Рецензент – Т. А. Никонова.
Статья принята к печати 18.10.2006.

ПОНЯТИЕ “КОНЦЕПТ” И ЕГО ВОСТРЕБОВАННОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИИ

© 2007 И.Л. Новокрещенова

Воронежский государственный университет

В современной науке все чаще заявляется о единстве проблемно-концептуального гуманитарного пространства и языка. Это связано со стремлением осмыслить XX век как целостный культурный феномен. Некоторые ученые констатируют существование в отечественной филологии нового “концептуально-культурологического” [6] направления, в основе которого лежит широкий взгляд на слово, изучаемое “на стыке целого ряда гуманитарных отраслей знания – лингвистики, литературоведения, логики, философии, искусствознания и культурологии” [6, 3].

Ключевыми понятиями этого направления являются понятия “концепт” и “концептосфера”. В российской науке они стали активно употребляться с начала 90-х годов и традиционно считались основополагающими в когнитивной лингвистике и лингвопоэтике. В этой области филологии под концептом, несмотря на обилие формулировок, понимают по сути “глобальную мыслительную единицу”, представляющую собой “квант структурированного знания” [15]. Исследование концептов связано с проблемой языковой личности и концептуальной картины мира. Как когнитивный термин, концепт сопряжен с тем аспектом лингвистики, который обращен к проблеме значения как ментальной сущности, к роли слова в процессах категоризации действительности (Кубрякова Е. С., Арутюнова Н. Д., Попова З. Д., Стернин И. А., Рудакова А. В.).

Впервые понятие концепт в качестве важнейшего компонента структуры языка художника был представлен С. А. Аскольдовым-Алексеевым, указавшим отличие концептов знания от художественных концептов, которое заключается в неопределенности возможностей последних. Лингвисты отмечают, что концепты существуют не сами по себе, а в определенной человеческой “идеосфере”. Это понятие ввел Д. С. Лихачев в статье “Концептосфера русского языка”. Рассматривая концепт с точки зрения языковой структуры, ученый утверждает, что он “является результатом столкновения словарного значения слова с личным и народным опытом человека” [9, 151]. Исследователь включает концепт в так называемую “идеосферу” человека, пытается выявить концептосферу, присущую именно русской культуре.

Сопряженность термина концепт со сферой сознания и ментальными сущностями делает его объектом исследования философии. Так, французские ученые Ж. Делез и Ф. Гваттари убеждены, что концепт – это очень специфический вид понятий, присущий только философии. При этом понятие концепта как философской сущности не является совершенно новым. Делез ссылается на понимание концепта Гегелем, который дает мощное его определение через Фигуры творчества и Моменты его самополагания. Французские философы заявляют, что концепты – это устойчивые сгустки смысла, что в каждом из них заключено некое мыслительное событие, “представляющее интерес и обладающее философской значимостью лишь в той мере, в какой оно не воплощено в действительности” [13, 149]. В этой трактовке концепт связан с определенной проблемой, без которой он не имел бы смысла. То есть говорить об отражении ментальности и специфики культуры, исходя из такого понимания, следует только в связи с проблемой как концептообразующей категорией. Делез и Гваттари оперируют понятием “концептуальный персонаж”, трактуя его как нечто, что “творит концепт, а вместе с ним и новую форму бытия, и новую форму мысли” [13, 152]. Это то, что обязательно должно быть восстановлено читателем, это субъект философии, эквивалентный самому философу.

Немецкий философ Э. Гуссерль, основатель современной феноменологии, называя направленность акта сознания на объект ноэзой, а сам объект в том его аспекте, в каком он дан в этом акте, ноэмой, по сути, рассуждает о концепте. Ученый утверждает, что как ноэма, так и ноэза состоят из нескольких частей, причем между частями ноэмы и частями ноэзы имеется строгое соответствие.

Центральной частью ноэмы является ее ядро, которое есть не что иное как объект в той перспективе, в какой он взят в данном акте. Ядру ноэмы соответствуют в ноэзе те интуиции, при помощи которых объект дается, то есть чувственное восприятие, воображение и усмотрение сущности. Ядро ноэмы окружено периферийными слоями; соответствующие слои имеются и в ноэзе [4]. Такое объяснение сущности ноэмы и ноэзы соответствует трактовке структуры концепта в современной науке. Так, В. Зусман утверждает, что в структуру вербально выраженного концепта входят внутренняя форма, ядро и актуальный слой. Характеристиками внутренней формы является ее "динамичность, потенциальность и символичность". Ядро включает определение слова в толковых словарях, а также иерархию основных значений слова. Актуальный слой концепта связан с воспринимающим сознанием. Это непосредственная и часто мимолетная реакция зрителя, слушателя или читателя на понятие и представление, воплощенное в концепте.

Исследуя концепт, следует иметь в виду то, что этот термин только утверждается в литературной науке, а это влечет за собой определенную произвольность его употребления, размытость границ, смешение с близкими по значению или языковой форме терминами. В связи с этим необходимо остановиться на соотношении термина концепт с родственными ему понятиями идеи, мифологемы, архетипа, символа и образа.

Основополагающим трудом, раскрывающим сущность термина идея и соответственно косвенно проливающим свет на его соотношение с концептом, является одноименная работа представителя русского "классического" идеализма П. Д. Юркевича. В книге "Идея" ученый пишет: «Слово "идея" (греч.) означает образ, вид, форму» [22, 9]. В идее дается для мышления высший мир или некоторая его часть, идея созерцаема умом так точно, "как глазами созерцается явление идеи, или чувственный предмет..." [22, 10]. Близко к этому толкование идеи и А. Ф. Лосевым: "Мы должны найти такой момент в слове, который бы исключал не только индивидуальную, но и всякую другую инаковость понимания и который бы говорил о полной адеквации понимания и понимаемого. В ноэме должна быть арена этой встречи адекватного понимания с адекватным понимаемым. Назовем эту арену полного формулирования смысла в слове идеей, считая, что этот слой – дальнейший за семемой вообще, символической и ноэматической, и дальнейший за самой ноэмой" [11, 645]. Такая точка зрения на идею очень близка содержанию термина концепт, что позволяет многим исследователям считать их родственными. В. Г. Тимофеева утверждает, что "слова "идея" и "концепт" синонимичны и взаимозаменяемы в словосочетании-термине ("идея государственности" – концепт государственность)" [20, 7]. Исследовательница ссылается на О. С. Булгакова, который писал, что "идеи суть словесные образы бытия, имена – их осуществление" [20, 7]. На наш взгляд, такое уподобление концепта и идеи не вполне правомерно. Нельзя не учитывать наличия в концепте интерпретационного поля, связанного с воспринимающим сознанием, то есть такого структурного элемента, которого в идее быть не может. Она способна лишь входить в словесное выражение концепта. Но в то же время, как считает Ю. С. Степанов, исследователь культурных концептов, идею можно рассматривать как экстремальный вид "культурного концепта", как "чистое содержание".

Другим близким к концепту понятием является мифологема. Н. К. Соколова под мифологемой понимает "словесные образы непосредственно выраженные, а также формируемые контекстом, т. е. более общие, метаобразы, возникающие на основе слов-образов" [16, 6-7]. Т. А. Никонова считает, что мифологема – это "социально значимая форма, имеющая типологизированное содержание. Она есть одна из множества формальных и культурных структур, входящих в сферу обслуживания соответствующего мифа" [14, 9]. Мифологема является лишь знаком готового сюжета (мифа). Мифологемы сознательно рассчитаны на то, чтобы вызвать в восприятии читателя мифологические ассоциации. Как отмечают Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский, "в рисуемом таким образом мифологическом мире имеет место достаточно специфический тип семиозиса, который сводится к общему процессу номинации. Знак в мифологическом сознании аналогичен собственному имени" [12, 284]. Содержание термина "мифологема" созвучно одному из аспектов содержания термина "концепт", признающему существование коллективного сознания (в котором существуют образы, мифы и символы) и которое отделено от внешней реальности. Но, как считает Б. Куклик, "символ или миф (а мифологема – это неразложимый элемент структуры мифа) – это лишь обобщающее понятие, нужное для суммирования определенных повторяющихся моделей в литературе и в других формах выражения" [7, 56]. Эти "повторяющиеся модели" усваиваются коллективным сознанием, в результате чего можно говорить об образовании некоей "ментальной репрезентации мысли", которая присутствует и в концепте. Концепт также способствует выявлению закономерностей в развитии коллективных фантазий, свойственных большим группам людей, а также распознаванию особенностей этих фантазий в разных культурах и в разные периоды вре-

мени. Но мифологемы не связаны непосредственно с денотатом, который является ядром концепта, а лишь репродуцируют известный в мировой культуре сюжет.

Рассуждая о соотношении понятия "концепт" с понятием "архетип", необходимо заметить, что последнее в современную науку было введено основателем аналитической психологии К. Г. Юнгом, который понимал под архетипом в основном некие структурные схемы, структурные предпосылки образов (существующих в сфере коллективно-бессознательного и, возможно, биологически наследуемых) как концентрированное выражение психической энергии, актуализированной объектом. В качестве продукта непосредственной реализации архетипов Юнг рассматривал мифологию народов мира. По мнению философа, архетипы описывают бессознательные душевные события в образах внешнего мира. Архетипы не существуют в "чистом виде", они воплощены в конкретном повествовании с помощью героев, обстановки действия и ситуаций, позволяющих усваивать значения производящей их культуры. Посредством концепта специфические культурные темы, стереотипы и символы также соединяются с более общими повествовательными архетипами. Архетипы – это определенные образцы, актуальные во многих культурах на протяжении длительного времени. Но чтобы образцы заработали, они должны быть воплощены в персонажах, среде действия и ситуациях, имеющих соответствующее значение для культуры, в недрах которой созданы. В структуре концепта ареной такого воплощения является так называемое интерпретационное поле, которое как раз и содержит оценки и трактовки определенного содержания национальным, групповым и индивидуальным сознанием. Архетип – неотъемлемая составляющая концепта, но он связан исключительно с коллективным бессознательным, тогда как концепт осознается и на уровне коллективной ментальной целостности, и на уровне индивидуального сознания. Таким образом, исследование концепта способствует выделению определенных комбинаций культурного материала и архетипических моделей повествования.

Трактовка понятия "символ" в филологии имеет достаточно обширную теорию. Традиционным является представление о символе как об "образе, взятом в аспекте своей знаковости, и... знаке, наделенном всей ограниченностью мифа и неисчерпаемой многозначностью образа" [8, 826]. Восприятие символа основывается на соединении в сознании читателя реального и потенциального смысловых рядов. Следует отметить, что некоторые исследователи возводят его к образу (А. Ф. Лосев, А. Н. Веселовский, Г. Н. Поспелов, В. В. Виноградов). Так, А. Ф. Лосев утверждает, что символ всегда есть обобщение. Сопоставляя символы с другими художественными структурами, в которых везде речь идет об отношении общего и индивидуального, а также рассматривая различные типы символов, ученый приходит к выводу о том, что "чистая художественная образность, свободная от всякой символики... совсем невозможна" [10, 190]. Это утверждение особенно важно, принимая во внимание существование особого направления в европейском и русском искусстве конца XIX – начала XX века, которое называют символизмом. А. Ф. Лосев утверждает, что "нет никакой возможности связывать художественный символизм только с тем кратковременным периодом русского искусства, который ознаменован деятельностью так называемых символистов. Всякое искусство, даже и максимально реалистическое, не может обойтись без конструирования символической образности" [10, 190]. В такой трактовке символ и концепт сближаются на основании существования в этих структурах общего и индивидуального, ибо как одна из репрезентаций коллективного бессознательного концепт – это социопсихичекое образование, характеризующееся многомерностью и ценностной значимостью.

Другие называют символом "особый тип метафоры", или близкое к метафоре явление (В. М. Жирмундский, В. П. Григорьев). А метафору, в свою очередь, по признаку регулярной ассоциативности, некоторые ученые уподобляют концепту. Так, В. Марков в книге "Миф. Символ. Метафора" пишет: "Любая система кодирования, как экспликат тех или иных атрибутов, свойств, отношений, связанных с человеком, будет иметь метафорический характер... По характеристике Ф. Ницше, понятие лишь является остатком метафоры" [14, 75]. Сходное мнение выражает и И. Шайтанов. Сравнивая творчество поэтов-метафизиков Джона Донна и И. Бродского, он оперирует термином "метафизический концепт", представляющий собой «идеальное воплощение одной из... теорий метафоры, названной ее создателем Максом Блэком "теорией взаимодействия". Метафора не просто замещает одно предметное значение другим, как принято повторять вслед Аристотелю, но, по крайней мере, в своем полном выражении, сближает смысловые сферы, "системы общепринятых ассоциаций", позволяя им свободно обмениваться признаками, предполагая их родство» [21, 28]. Таким образом, сближение концепта и метафоры происходит потому, что в самом концепте присутствует как логическая, так и образная основа.

В связи с этим особо следует остановиться на соотношении концепта с художественным образом, особенно на соотношении с теми образами, которые не выражены в конкретном слове, а складываются из целого текста или его части. Изуче-

нию связи художественного концепта и художественного образа посвящена работа Ю. Н. Кольцовой "Художественный концепт и художественный образ". Исследователь обращает внимание на ассоциативность как категорию, на основе которой соотносятся эти два понятия. Ю. Н. Кольцова вслед за философами и психологами под ассоциациями понимает "связи, возникающие при определенных условиях между двумя или несколькими элементами мыслительного процесса (ощущениями, восприятиями, представлениями, идеями), которые заключаются в том, что появление одного предмета регулярно ведет к появлению другого (или других)" [14, 73]. Регулярные ассоциации составляют основу общекультурных концептов и находят свое закрепление в языковой системе. Автор статьи приходит к выводу, что между художественными концептами и образами устанавливается двусторонняя связь: "С одной стороны, система концептов, составляющая мировоззрение автора и получающая свое выражение в художественном произведении, обусловливает соответствующую структуру произведения и выбор тех конкретных объектов, действий и положений, которые способны составить основу художественных образов, т. е. вызвать желаемые ассоциации. <...> С другой стороны, в общественном сознании закреплено некое обобщенное представление об этих объектах, действиях и состояниях, т. е. существуют их общекультурные концепты, включающие в себя и иные характеристики избранных. Всплывая в сознании автора также по ассоциации, иногда неожиданно для него самого, в силу случайного соположения идей, эти характеристики способны повлиять на развитие сюжета и изменить структуру художественного произведения" [14, 77].

Многие исследователи, изучая природу концептов, приходят к выводу о том, что их выявление целесообразно лишь в том случае, когда текст рассматривается как некое системное целое. Развитием понятия системности художественного текста занимался и Ю. С. Степанов. Ученый считает, что основным методом исследования литературного произведения является прием метаописания, который предполагает нахождение минимально возможного количества метаобразов. Эти метаобразы по содержанию «должны... совпасть с тем, что называется "художественной идеей произведения"» [17, 292].

Среди базовых явлений в своих исследованиях Ю. С. Степанов выделяет понятие ноосферы, которую ученый вслед за Н. А. Бердяевым понимает как сферу разума, окутывающую Землю; а культурные концепты, в свою очередь, как "сгустки информации в этой сфере, принадлежащие одновременно области человеческого разума вообще и той или иной его отдельной этнической форме и соответственно обозначаемые словами того или иного языка – "разум", "мир", "свобода", "демократия", "закон", "искусство", "страх", "тоска", "любовь" и т. п." [18, 80]. По мнению исследователя, естественной средой бытования культурных концептов в словесной или иной форме является интертекст – "явление скрещивания, контоминации текстов двух или более авторов (а также не имеющих личного автора)" [19, 3]. Рассуждая о природе культурных концептов, Ю. С. Степанов выделяет несколько определяющих признаков этого явления: во-первых, культурные концепты – это слова из так называемого "абстрактного" (свобода, демократия, судьба) или же "конкретного", т. е. обозначающего вещь или индивида, но с некоторыми дополнительными чертами (мать); во-вторых, культурные концепты не обязательно должны быть культурными в интеллигентском понимании "культурности"; в-третьих, в отличие от понятий, определяемых логически, они не только определяются, но и переживаются, сопровождаются эмоциональными оценками; в-четвертых, они являются некими ячейками общественного менталитета, даже когда не до конца осознаны, не истолкованы и вообще не толкуемы, они – достояние "коллективного бессознательного". В структуре культурного концепта ученый выделяет "верхние, надтекстовые" слои: "эти слои – смыслы (а не буквальные значения слов)... смысл складывается из ядра и коннотаций ("обертонов"); ядро есть то, что остается неизменным при переводе" [19, 4]. В своих исследованиях Ю. С. Степанов отмечает, что открытие интертекста произошло вовсе не в эпоху постструктурализма и "постмодерна", а гораздо раньше. Начало изучения интертекста как сферы бытования концептов лежат в исторической поэтике второй половины XIX века, особенно в ее ядре – "поэтике сюжетов" А. Н. Веселовского. Ю. С. Степанов утверждает, что у исторической поэтики и у современной дисциплины об интертексте одинаковая задача с разницей лишь в расстановке акцентов: «В исторической поэтике акцент сделан на прочерчивании границ предания (т. е. унаследованного прошлого, не своего авторского, заимствованного) в процессе личного творчества; в интертекстуальности – акцент на стирании границ между "преданием" и "своим, личным" творчеством» [18, 96]. В результате таких размышлений ученый приходит к выводу о том, что культурные концепты и сюжеты должны рассматриваться аналогично: "В культурных концептах есть части (компоненты), аналогичные мотивам в континууме сюжетов, и они требуют изучения по методу А. Н. Веселовского. Иными словами, имеются концепты, восходящие к общему концептуальному ядру (как сюжеты к мифу); имеются кон-

цепты, прямо заимствованные из соседних, контактирующих культур; есть концепты третьего вида, имеющие источником "бытовое психологическое самозарождение", общее у разных авторов одной культуры или в разных культурах" [18, 97-98]. Такой вывод представляется особенно значимым для литературоведения, ведь изучение концептов на ранних этапах всегда было прерогативой исключительно лингвистики. В рамках истории литературы появляется возможность культурологического исследования концепта, суть которого состоит в том, чтобы определить, какие мысли зашифровывает автор в словесном изображении того или иного реального предмета как отдельная личность и как носитель определенного культурного сознания; установить и проследить на протяжении всего текста связь между поверхностными категориями, т. е. элементами текста, и глубинными, заключающими тот или иной смысл.

Рассуждая о культурных концептах, некоторые исследователи противопоставляют их художественным. Этой проблеме посвящена работа О. Е. Беспаловой "О соотношении художественного и культурного концептов (на материале поэзии Н. Гумилева) (2002). Исследовательница выделяет три параметра, по которым следует различать понятия культурного и художественного концептов: во-первых, по способам репрезентации (художественный концепт "репрезентируется только языковыми единицами, средствами художественной образности и сюжетно-композиционной организацией текста"; культурный же концепт может быть представлен "не только вербальными формами, но и формами, свойственными внеречевому мышлению, – художественному и нехудожественному); во-вторых, художественный концепт "ориентирован прежде всего относительно концептосферы литературы, поэтому выборочно включает в себя национальные духовные ценности...", а культурный концепт "ориентирован относительно всего ментального пространства культуры, поэтому включает в себя все формы постижения мира..."; и, наконец, в-третьих, в содержании художественного концепта "у разных поэтов наблюдается динамика ядра и периферии, связанная с индивидуально-авторским осмыслением и воплощением концепта в тексте. Ядро и периферия культурного концепта достаточно устойчивы относительно друг друга, что связано с объективными условиями формирования и эволюции концепта в сознании носителей языка" [3]. Но, возвращаясь к проблеме интертекста, такое жесткое противопоставление, на наш взгляд, не совсем правомерно. Нельзя не согласиться с тем, что у этих двух видов концептов есть точка пересечения – лексическое значение слова, понятное всем носителям языка. Но в то же время любой текст включает в себя элементы других текстов. В связи с этим целесообразно вспомнить слова Р. Барта: "Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и т. д. – все они поглощены текстом и перемешаны в нем, поскольку до текста и вокруг него всегда есть язык. Как необходимое предварительное условие для любого текста интертекстуальность не может быть сведена к проблеме источников и влияний: она представляет собой общее поле анонимных формул, происхождение которых редко можно обнаружить, бессознательных или автоматических цитат, даваемых без кавычек" [1, 178]. Исходя из этого заключения, можно сделать вывод, что любой концепт является культурным, т. - е. содержит в своем ядре определенную историю человечества и в свою очередь вписывается в нее. А все то, что выявляется на основе мировоззрения автора, который в силу своего таланта с наибольшей полнотой характеризует те или иные национальные концепты, – становится интерпретационным полем общекультурного концепта и соответственно делает его концептом художественным.

Применяя концептологическй подход в литературоведении в таком широком смысле, можно сделать важные обобщения по поводу больших массивов литературных произведений, а именно – проследить определенные культурные тенденции. Образование концептов или, пользуясь терминологией Делеза, становление концептов демонстрирует процесс культурной эволюции, в котором актуализируются наиболее значимые для определенной эпохи структурные элементы концептов. В узком смысле, как утверждает в статье "Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке" В. З. Демьянков, "концепт – это инструмент, позволяющий рассмотреть в единстве художественный мир произведения и национальный мир. Вводя концепт как единицу анализа, литературоведение получает возможность включить образную ткань произведения в общенациональную ассоциативно-вербальную сеть" [5, 47]. Ученый считает, что "мода" на концепт в конце XX – начале XXI веков связана с интересом к реконструкции тех сущностей в жизни человека, с которыми мы сталкиваемся в обыденной жизни, не задумываясь над их априорным смыслом. Это представляется особенно важным, учитывая, что некоторые исследователи склонны рассматривать все тексты русских авторов XX века как некую целостность.

Такая востребованность термина "концепт" в различных областях гуманитарного знания объясняется тем, что ушедшее столетие с его многообразным культурным наследием – "эпоха, завершающая процесс "концептотворчества" [2, 94]. Поэтому как никогда актуальна мысль Ж. Деррида о том, что вся письменная культура "клиширована", что любая новая мысль неизбежно попадает в жанровое, стилевое клише, в тот или иной культурно-исторический узус.

ЛИТЕРАТУРА

1. Barthes R. Texte / R. Barthes // Enciclopedia Universalis. – P., 1973. – Vol. 15.

2. Бердникова О. А. "Наш путь – степной..." Концептуальность образа степи в романе А. Платонова "Чевенгур" / О. А. Бердникова // Роман А. П. Платонова "Чевенгур": авторская позиция и контексты восприятия: Межвуз. сб. науч. тр., посвященный 50-летию со дня смерти писателя / Под ред. Т. А. Никоновой, О. Ю. Алейникова. – Воронеж: ВГУ, 2004. – С. 94-103.

3. Беспалова О. Е. О соотношении художественного и культурного концептов (на материале поэзии Н. Гумилева) / О. Е. Беспалова // Слово. Семантика. Текст: сб. науч. тр., посвященный юбилею профессора В. В. Степановой. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2002. – С. 89-95.

4. Гуссерль Э. Картезианские размышления / Э. Гуссерль // Пер. с нем. Д. В. Скляднева. – СПб.: Наука, Ювента, 1998. – 315 с.

5. Демьянков В. З. "Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке" / В. З. Демьянков // Вопросы филологии. – 2001. - № 1. – С. 35-47.

6. Зусман В. Концепт в системе гуманитарного знания / В. Зусман // Вопросы литературы. – 2003. - № 2. – С. 3-29.

7. Кавелти Дж. Г. Изучение литературных формул / Дж. Г. Кавелти // Новое литературное обозрение. – 1996. - № 22. – С. 33- 64.

8. Краткая литературная энциклопедия: В 9 т. – М.: Советская энциклопедия, 1971. – Т. 6. – 826 с.

9. Лихачев Д. С. Очерки по философии художественного творчества / Д. С. Лихачев. – 2-е изд., доп. – СПб: БЛИЦ, 1999. – 192 с.

10. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство / А. Ф. Лосев. – М.: Искусство, 1976. – 367 с.

11. Лосев А. Ф. Бытие – Имя – Космос / А. Ф. Лосев. – М.: Мысль, 1993. – 958 с.

12. Лотман Ю. М. Миф – имя – культура / Ю. М. Лотман, Б. А. Успенский // Ученые записки Тартуского университета. – Вып. 308. Труды по знаковым системам. – IV. – Тарту, 1973. – С. 282- 303.

13. Маркова Л. А. Философия из хаоса. Ж. Делез и Ф. Гваттари о философии как творчестве концептов / Л. А. Маркова // Вопросы философии. – 2002. - № 3. – С. 147-159.

14. Никонова Т. А. "Новый человек" в русской литературе 1900–1930-х годов: проективная модель и художественная практика: монография / Т. А. Никонова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. – 232 с.

15. Попова З. Д. Понятие "концепт" в лингвистических исследованиях / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1999. – 30 с.

16. Соколова Н. К. Поэтический строй лирики А. Блока (лексико-семантический аспект) / Н. К. Соколова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1984. – 114 с.

17. Степанов Ю. С. Французская стилистика / Ю. С. Степанов. – М.: Высш. шк., 1965. – 355 с.

18. Степанов Ю. С. Интретекст, культурный концепт, ноосфера / Ю. С. Степанов // Теоретико-литературные итоги XX века. – М.: Наука, 2003. – Т. I. Литературное произведение и художественный процесс. – С. 80-103.

19. Степанов Ю. С. "Интертекст", "Интернет", "Интерсубъект" (К основаниям сравнительной концептологии) / Ю. С. Степанов // Известия Академии Наук. Серия литературы и языка. – М.: Наука, 2001. – Т. 60. - № 1. – С. 3-11.

20. Тимофеева В. Г. Основные концепты русской культуры в исторических романах о Петре I: Автореф. дис. ... канд. филолог. наук / Тимофеева Вера Геннадьевна. – Воронеж, 2001. – 20 с.

21. Шайтанов И. Уравнение с двумя неизвестными (Поэты-метафизики Джон Донн и Иосиф Бродский) / И. Шайтанов // Вопросы литературы. – 1998. - № 6. – С. 3-39.

22. Юркевич П. Д. Философские произведения / П. Д. Юркевич. – М.: Правда, 1990. – 670 с.

Рецензент – Т. А. Никонова.

Статья принята к печати 10.12.2006.

ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТОВ *НЕБО* И *НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА* В СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

© 2007 С.М. Подвигина

Воронежский государственный университет

Концепты – идеальные сущности, которые формируются в сознании человека из опыта. Человек мыслит, оперируя концептами, а язык является одним из средств формирования концептов в сознании человека [5, 3-5]. Обычно концепт представлен в тексте посредством слов и фразеологизмов. Через их семантику можно выделить концептуальные признаки. Систематизируя лексический, фразеологический и культурологический материал, объединяемый тем или иным концептом, можно увидеть ту картину мира, которая находит свое отражение в языке народа. В предлагаемой статье раскрываются концептуальные образы небесных тел, представленные в русской языковой картине мира. Источниками исследования послужили словари и фольклорные тексты.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА *НЕБО*

В своей работе мы опираемся на Словарь русского языка под редакцией С. А. Кузнецова (БТС), который определяет НЕБО, НЕБЕСА: 1. Видимое над Землей воздушное пространство (противоп. земля); 2. По религиозным представлениям: место, пространство, где обитают Бог, ангелы, святые и где находится рай.

Анализ фразеологизмов позволяет выявить следующие дополнительные признаки концепта *небо*.

Отдаленность неба. Небо располагается в пространстве над человеком достаточно высоко. Бей челом ниже: до неба высоко, до лица земли ближе [2, 133].

Небо – пространство. Небо теряет способность полностью укрывать человека от всяческих невзгод. Такую баню задали, что небо с овчинку показалось [2, 421].

Небо – покров. Небо выступает в качестве “мировой крыши”, способной укрыть всех обездоленных, не имеющих собственного жилища. Наш двор крыт небом, а обнесен ветром [2, 51].

Плоское небо. Небо в народном представлении является плоским: для человека – потолок, для Бога – пол. Метлы (кометы) небо подметают перед божьими стопами [2, 18].

Рай, обитель Бога. Истина с земли, а правда с небес (псалт.) [2, 372].

Чистое небо. Чистое небо может быть подвержено копчению (может загрязниться в силу определенных действий человека). Жить – не жить, только небо коптить [2, 267].

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА *СОЛНЦЕ*

БТС дает 6 значений лексемы *солнце*; из них нас интересуют лишь следующие: СОЛНЦЕ 1. Центральное тело Солнечной системы, представляющее собой гигантский плазменный раскаленный шар, излучающий свет и тепло; 2. Свет и тепло, излучаемые этим светилом, место, освещенное им; 3. перен. чего (высок.). О том, что является источником жизни, счастья и т. п. для кого-л., чего-л.

Концепт *солнце* имеет следующие дополнительные признаки.

Небесное светило. Солнце является единственным дневным светилом, от движения которого зависит распорядок жизни человека. Слава тебе, Господи, и солнышко село [2, 496].

Округлая форма. Указание на округлую форму и, как следствие, на его способность катиться. Солнце в морок закатилось “о ненастной погоде” [3, 185].

Отдаленность солнца. Дальше солнца не сошлют [2, 134].

Господствующее положение солнца. Светится одно солнце на небе, а царь русский на земле [2, 151].

Солнце как эталон стабильности движения по небу. Цикличность движения солнца – залог размеренности, направленности деятельности и хорошего результата выполнения дел. Опыт человека подтверждал, что по движению солнца мож-

но ориентироваться постоянно, поэтому смена направления движения солнца выступает как невозможная, страшная ситуация. Следовательно, чтобы такой ситуации не возникло, нужно преодолеть страх перед ней, обратить в шутку такую ситуацию. Когда солнце задом оборотится [2, 149].

Солнце дает тепло. Солнце – источник тепла. Тепло солнца ассоциируется с лаской, добротой, нежностью. Тепло солнца – это тепло матери, любовь матери. При солнце тепло, а при матери добро [2, 242].

Место под светом солнца. "Чем ты бороду красил?" – "Я не краской, не помазкой, Я на солнышке лежал, Кверху бороду держал" [8, 775].

Солнце как предвестник хорошей погоды. Солнышко, ведрышко, Выгляни, высвети! [8, 769].

Способность светить. Свет и тепло солнца для человека дороже любого богатства, так как именно эти его свойства помогают вырастить хороший урожай. Что мне золото, светило бы солнышко [2, 53]. Сияющий свет – символ божественного начала солнца. Свет солнца мешает людям творить зло, поэтому все злое действует ночью, прячется от солнца. Велика святорусская земля, а везде солнышко [2, 209]. Свет солнца ассоциируется с красотой. Яркий свет солнца осмысляется как символ божественного, лучшего в мире, а следовательно, и самого красивого. Краше красного солнышка, светлее ясного месяца "об иконе" [2, 29]. Более развернуто это значение представлено на фольклорном материале. Свет солнца открывает правду. Свет солнца ассоциируется с правдой. Это связано со способностью солнца освещать всю землю: ничто не укроется от его лучей и будет непременно замечено людьми. Поэтому все плохое боится света солнца, прячет от его лучей "темные, черные дела". Вышел из конопель по солнышку [2, 119].

Появление солнца, его свет ассоциируется *со счастьем.* Свет и тепло солнца – счастье для человека, радость и надежда на лучшее. Не все несчастья, проглянет и красно солнышко [2, 93]. Свет солнца вызывает приятные эмоции, поэтому выступает в качестве обозначения любимого, самого дорогого.

Исключительность, яркость света солнца дает ему возможность стать обозначением гениальности. Как свет солнца дает возможность человеческому глазу видеть предметы более четко и ясно, так и великие люди открывают глаза человечеству и помогают увидеть мир вокруг в таком ракурсе, который не свойственен взгляду обычного человека. Но, как и все люди, гении имеют свои недостатки. И на солнце бывают пятна "даже великие люди не безупречны" [10, 54].

Обозначение светового излучения солнца, как видно из примеров предыдущих групп, имеет только положительную оценку.

В традиционном русском фольклоре солнце имеет все отмеченные выше признаки, поэтому далее мы приведем признаки, присутствующие только в фольклорных контекстах.

Солнце – небесное светило, почитавшееся славянами как *источник жизни, света и тепла.* По славянским поверьям, днем солнце видит дела людей, а вечером рассказывает о них Господу, поэтому в плачах часто используется обращение к солнцу как к божеству-посреднику между Богом и человеком. Солнце – небесное светило, бог. Приубрался свет надежная головушка К красну солнышку на приберегушку, К светлу месяцу на придрокушку! [7, 361].

Солнце как *эталон излучения тепла.* Да когда ясное солнце перестане пекчи, перестане пекчи, Да когда мать сыра земля перестане дрожати, перестане дрожати, Я тогда, Борисушка, в червлен корабль ступлю [7, 228]. Жар солнца, способность высушивать. "Сосенка, сосенушка зелененькая! Чего ты, сосенушка, не зеленая?" – "Отчего мне, сосенушке, зеленой-то быть? Роса на меня пала полуночная, Печет меня солнышко полуденное!" [7, 283].

Закат солнца ассоциируется с *несчастьем.* Закатилося солнышко, закатилося, Да бессчастная девушка уродилася, Да куда ни пойду, млада, Все журят-бранят девушку [7, 139].

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТОВ *МЕСЯЦ* И *ЛУНА*

ЛУНА 1. Небесное тело, естественный спутник Земли, светящийся отраженным солнечным светом; 2. (астрон.) Спутник любой планеты. Приведем признаки концепта *луна.*

Диск или его часть. Полная луна [8, 153].

Отдаленность луны. Как с луны упал (свалился) [10, 410].

Свет луны. Так как в фольклорных примерах лексема *луна* встречается крайне редко, необходимо дать этому объяснение. Лексема *месяц* была заимствована гораздо раньше лексемы *луна*, поэтому соответственно имеет более развернутую контекстуальную опору. Лексема *луна* появляется лишь в более поздних лирических песнях и частушках, обычно в зарифмованном сочетании "месяц и луна". Свет луны вызывает приятные эмоции, ассоциируется с красотой, добродетелью. Пример из летописи: Сияше аки луна в нощи (др.-рус., одобр.) "об ослепляющей красотой и благородством женщине (первоначально о княгине Ольге)" [8, 79].

Округлая форма (о круглом лице). Сравнение с полной луной по форме в русском языке часто носит отрицательную коннотативную окраску. Сиять как полная луна (нео-

добр.) “о глупо улыбающейся круглолицей женщине” [6, 401].

МЕСЯЦ 1. Единица исчисления времени, равная одной двенадцатой части года и имеющая каждая самостоятельное название. Период времени в 30 дней, отсчитываемых от какого-либо дня; 2. (разг.) О Луне.

Выделяются следующие признаки концепта *месяц*.

Диск или его часть. В данной группе можно увидеть своеобразное видение месяца: с рожками (молодой месяц, коромысло), в рукавицах (так называется красноватое свечение по краям). Месяц на (в) ущерб пойдет [3, 111].

Отдаленность. В народном представлении месяц находится на достижимом, но все-таки достаточно отдаленном расстоянии от человека. Сказочный мотив хождения к месяцу за советом (информацией) как к дальнему родственнику тоже это подтверждает. Как (будто) с месяца упал (народн., ирон., шутл.) [3, 246].

Способность светить. Сравнение церкви с ночными светилами обращает наше внимание на то, что месяц и звезды освещают путь человеку во тьме. Если развернуть это сравнение, получится примерно следующее: как месяц и звезды освещают путь в ночи, так и церковь указывает праведный путь людям в грешной жизни. Свети, свети, месяц, Частые звезды, Соборная церковь! [8, 7]. Свет более тусклый, чем у солнца. Ряд примеров указывает на преимущества солнца перед месяцем в плане яркости свечения, постоянства. Что это за месяц? Когда светит, а когда нет [2, 186].

Холодный свет. В противопоставлениях месяца солнцу: указывается на то, что он не в полную силу выполняет свою функцию: дает свет без тепла, холодный свет. Месяц светит да не греет: только напрасно у бога хлеб ест [2, 186].

Перерождение старого месяца в звезды. Данная группа примеров указывает на родственную космогоническую связь ночных светил: месяца и звезд. Старый месяц бог на звезды крошит [2, 186].

Свет месяца *вызывает приятные эмоции*, ассоциируется с красотой, добротой, радостью. Месяц является в народных представлениях предметом красивым, желанным. Ясный как месяц (фолькл., часто шутл.) “об улыбчивом, добродушно выглядящем, ясноглазом юноше или мужчине” [3, 246].

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА *ЗВЕЗДА*

ЗВЕЗДА 1. Самосветящееся небесное тело, сходное по своей природе с Солнцем и видимое на ночном небе как яркая точка; символическое обозначение судьбы – верить в свою звезду; о небесном теле, светящемся отраженным светом (о планете, астероиде) – вечерняя, утренняя звезда (о Венере); 2. О знаменитом человеке (обычно в сфере искусства, спорта).

Приведем признаки концепта *звезда*.

Небесное тело, видимое ночью на небе. Не считай звезды, а гляди в ноги: чего не найдешь, так хоть не упадешь [2, 295].

Отдаленность, недоступность звезды. Достать звезду с неба [8, 49].

Звезда – ориентир. Звезды издавна использовались людьми для определения своего местоположения в пространстве. По звездам корабли ходят [2, 186].

Звезда – *удачное обстоятельство*. Переосмысление значений предыдущей группы дало образ звезды как удачного обстоятельства. Путеводная звезда “то, что направляет, определяет чью-либо жизнь, деятельность” [10, 172].

Звезда – *судьба (планида*). Звезда в символическом обозначении судьбы: счастливая, несчастливая – по оценке характера событий в жизни; используются также определения *падающая*, *восходящая* для обозначения важных вех (рождение и смерть) в жизни человека.

Звезда – *мета для отсчета, знак времени*. Изменение положения звезд в разные сезоны обусловило также использование их для отсчета времени. На семи поясах бог поставил звездное течение [2, 186].

Неизменное, вечное. Неизменны, как звезды на небе “о чем-л. непреходящем, постоянном, вечном, неизменяющемся” [3, 135].

Звезды – *кусочки месяца*. Это одно из наивных объяснений такого множества звезд: месяц разделяется на маленькие светящиеся кусочки, которые рассыпаются по небу. Старый месяц Бог на звезды крошит [2, 567].

Звезда – *комета, метеор*. Появление звезд, движение которых характеризуется непостоянством и необычным направлением, нарушающим общее мировое течение, являлось предвестником бедствий и неприятностей. Звезда с хвостом – к войне (примета) [7, 44].

Звезды – *искры, излучающие мерцающий свет*. Очи сокольи, брови собольи. Звездисты очи рассыпчаты [2, 198].

Звезда – *выдающийся (человек)*. Блестеть (сиять, сверкать, гореть) как яркая звезда (яркой, яркою звездой) (одобр.) “о человеке, ярко выделяющемся среди окружающих своим талантом, дарованием, умом” [3, 135].

Звезда – *направляющий* человек, определяющий судьбу. Путеводная звезда “человек, определяющий каким-либо образом чью-либо жизнь, деятельность” [10, 172].

Свет звезды ассоциируется с *красотой*. Сиять как звезда во мраке ночи (поэт., одобр.) “об ослепительно красивой женщине” [3, 135].

Звезды *в форме небесных окон*. Этот признак представлен только в фольклорных текстах. Звезды – окна, откуда ангелы смотрят [9, 12].

Когнитивная картина мира – это заданные культурой понятия и стереотипы. Из глубины веков семантика слов и фразеологизмов доносит до нас наивные представления наших предков о субъектах и объектах естественного (природного) и искусственно созданного (культурного) мира, качеств и свойств этих субъектов, объектов, а также процессов, состояний, отношений, ситуаций и т. д. Наивные представления о небе и небесных телах раскрываются на материале нашего исследования

Небо имеет следующие признаки: *отдаленность; чистота; является пространством; покровом; обителью Бога*. Солнце – это *отдаленное небесное тело округлой формы, дневное светило, с неизменным направлением движения по небу, излучающее свет и тепло, способное сушить и испепелять, подчеркивается важность солнца для жизнедеятельности человека*. Свет солнца оценивается только положительно: *ассоциируется с красотой, правдой, счастьем, гениальностью, любимым человеком*. Луна – *отдаленное небесное тело округлой формы, ночное светило, излучающее холодный свет, который ассоциируется с красотой, добротой, радостью, полная луна оценивается негативно*. Месяц – *отдаленное небесное тело, ночное светило с рогами, излучающее тусклый (по сравнению с солнцем) холодный свет, способное перерождаться в звезды, ассоциирующееся с красотой, добротой, радостью; сравнение с месяцем несет в себе исключительно положительную оценку*. Звезда – *отдаленное небесное тело, ночное светило неизменное, вечное, является ориентиром, метой для отсчета времени, обозначает удачное обстоятельство, определяет судьбу, её мерцающий яркий свет ассоциируется с красотой*.

Итак, в наивной картине мира русского народа небо и небесные тела – феномены отдаленные, недоступные. Особенностью этой картины мира является восприятие спутника земли как двух отличающихся друг от друга небесных тел – луны и месяца. Месяц оценивается положительно, луна чаще отрицательно. Месяц и звезды в русской наивной картине мира связаны друг с другом по происхождению. Небо и небесные тела в целом – источники света, эталоны красоты и добра. Из всех светил божественной сущностью для русского народа обладает солнце. Сравнения небесных светил всегда делаются в пользу солнца.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2003. – 1536 с.

2. Даль В. И. Пословицы русского народа/ В. И. Даль. – М. : Эксмо; Изд-во ННН, 2004. – 616 с.

3. Мелерович А. М. Фразеологизмы в русской речи. Словарь: Около 1000 единиц / А. М.- Мелерович, В. М. Мокиенко. – 2-е изд. – М. : Русские словари; Астрель, 2001. – 1396 с.

4. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2002. – 191 с.

5. Попова З. Д. Понятие “концепт” в лингвистических исследованиях. / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1999. – 30 с.

6. Русская фразеология: историко-этимологический словарь: около 6000 фразеологизмов / А. К. Бирих [под ред. В. М. Мокиенко]. – Изд. 3-е, испр. и доп. – М. : АСТ; Астрель; Люкс, 2005. – 926 с.

7. Русские народные песни / Сост. и вводн. тексты В. В. Варгановой. – М. : Правда, 1988. – 576 с.

8. Русское устное народное творчество: Хрестоматия / Сост. А. В. Кулагина. – М. : Изд-во РОУ, 1996. – 800 с.

9. Славянская мифология. Энциклопедический словарь. Изд. 2-е. – М. : Междунар. отношения, 2002. – 512 с.

10. Фразеологический словарь русского языка / ред. А. И. Молотков. – изд. 3-е, стереот. – М. : Русский язык, 1978. – 543 с.

Рецензент – З. Д. Попова.

Статья принята к печати 21.12.2006.

ОБРАЗ КАК КОМПОНЕНТ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА

© 2007 М.Я. Розенфельд

Воронежский государственный университет

Интенсивное развитие исследований в области изучения структуры лексического значения, начавшееся с открытием компонентного анализа в лексикологии, привело лингвистов к представлению о структурной организации лексического значения слова, о множественности типов компонентов, входящих в значение слова.

Во второй половине XX века в лексикологии наметился интегральный подход к значению слова, который логически вытекает из понимания значения как закреплённого словом результата отражения действительности. Лексическое значение представляет собой разновидность знания о мире. Именно поэтому оно находится в тесной зависимости от свойств и признаков предметов окружающей действительности. "Основной задачей семасиологии является исследование именно того, как в словах отображается внеязыковая действительность. Те связи и взаимоотношения между явлениями действительности, которые обусловливают лексико-семантическую систему языка, являются, конечно, внешними по отношению к самому языку. Но всякая знаковая система служит для обозначения как раз того, что находится за пределами системы, и значение знака раскрывается только вне данной системы" [11, 18]. Нельзя изолировать язык от внешнего мира, который и является основой существования языка.

С точки зрения психологов, знание о мире не имеет принципиального качественного отличия от лексического значения. В словах и словосочетаниях "представлена свёрнутая в материи языка идеальная форма существования предметного мира, его свойств и отношений, раскрытых совокупной общественной практикой" [2]. А. Р. Лурия подчёркивает: "Слово не только обозначает предмет, но и выполняет сложнейшую функцию анализа предмета, передаёт опыт, который сформировался в процессе исторического развития поколений" [4, 45].

Сторонники интегрального подхода к лексическому значению предлагают выделять в структуре значения слова помимо традиционных денотативного и коннотативного образный компонент. Понятие *образ* в лингвистике обычно связывают с образностью переносных значений и употреблений. Интегральный подход к значению слова рассматривает образность в более широком плане. Образный компонент значения слова – это "закреплённый за знаком обобщённый чувственно-наглядный образ обозначаемого предмета" [10, 129].

Выделение образного компонента в значении слова, признаваемое одними учёными, встречает возражения со стороны целого ряда других лингвистов. Так, В. З. Панфилов пишет, что в связи с тем или иным словом у человека может возникнуть чувственный образ предмета, но это будет всегда образ единичного, индивидуального предмета, и у каждого слушающего возникают образы различных предметов при произнесении одного и того же слова. Чувственно-наглядный образ, в отличие от понятия, не может быть передан непосредственно при помощи языка слов, вернее, материальной языковой оболочки, одним членом коллектива другому. Иначе говоря, чувственно-наглядные образы не связаны непосредственно с языком как со средством общения, т. к. они всегда индивидуальны, субъективны, а значение слова объективно [7].

Следует отметить, что в отечественной психологии последних десятилетий не проводится жёсткой границы между субъективным и объективным значением. Традиционно термины "значение" и "смысл" противопоставлялись. Под значением понимались общенационально закреплённые знания о предмете. Смысл – субъективен, это индивидуальное, личностное знание о действительности. Д. А. Леонтьев в статье "Значение и личностный смысл: две стороны одной медали" указывает на то, что граница между значением и смыслом в слове является относитель-

ной, подвижной. “Психологический смыслообразующий контекст, определяющий осмысление любого объекта, задаётся не только индивидуальным опытом субъекта, но и его принадлежностью к различным социальным группам... Строго говоря, границу между значением и смыслом вообще провести затруднительно. Групповые или ролевые смыслы оказываются значениями, поскольку они являются элементами группового сознания и однозначно декодируются всеми членами данной группы” [3, 17].

В то же время “представление любого человека о конкретном предмете, называемом словом... действительно индивидуально; но в индивидуальном представлении любого человека есть часть, общая для всех говорящих, и эта часть надындивидуальна. Именно она может быть передана в слове. Представление есть единство общего и индивидуального, общего и единичного” [10, 133].

Наиболее вероятно обнаружение перцептивных образов в структуре значений конкретных слов. “Конкретная лексика – это названия (имена и глаголы) чувственно воспринимаемых явлений действительности, которым может быть дано определение остенсивное (указание жестом), простейшее операционное (физическое воспроизводство), заместительное операционное (мимика, символический изобразительный жест, рисунок)” [10, 130]. Часто мы в полной мере можем определить значение предметного существительного или конкретного глагола, только если чувственно представляем реалии, которые они называют. Однако в монографии З. Д. Поповой и И. А. Стернина “Очерки по когнитивной лингвистике” указывается, что в ходе экспериментальных исследований те или иные чувственные образы были обнаружены и в связи со словами абстрактной лексики (религия: молящиеся люди, церковь и т. д.) [7, 58]. Можно предположить, что чувственный образ также входит в структуру значения слов неконкретной лексики.

Изучение образного компонента значения слова представляет собой значительную трудность, так как он имеет чувственную природу и как таковой не поддаётся содержательной фиксации и разложению на составляющие элементы лингвистическими методами. Наиболее действенны в выявлении образа психолингвистические методы.

Косвенным путём исследования образного компонента значения является анализ словарных дефиниций в толковых словарях, которые часто содержат словесное описание образного компонента. Следует отметить, что описание образа не является задачей толковых словарей, ибо словарная статья направлена прежде всего на описание понятийного компонента значения. Она отражает на принятом метаязыке общеизвестное значение слова, однако присутствие в словарной статье описания конкретного чувственного образа, связанного с тем или иным словом, может быть расценено как аргумент в пользу включения образного компонента в структуру значения данного слова.

Словарная дефиниция отражает образный компонент значения различными способами. “Она может перечислять внешние признаки предмета, может отсылать к признакам другого предмета, т. е. указывать на подобие признаков, вербальная дефиниция может указывать на вес предмета, на вкус предмета, на звучание референта, на характерный запах референта” [10, 142].

Цель работы – исследовать образ в структуре значения слов конкретной и неконкретной лексики.

Материал исследования – 10 конкретных существительных (рука, глаз, голова, дом, дверь, книга, стекло, стол, камень, машина); 10 конкретных глаголов (говорить, идти, видеть, есть, стоять, взять, дать, уходить, писать, слышать); 10 абстрактных существительных (дело, время, жизнь, работа, страна, земля, мир, сила, народ, борьба) и 10 абстрактных глаголов (знать, думать, жить, бояться, решить, работать, любить, хотеть, понимать, ждать). Слова отобраны среди наиболее частотных по “Частотному словарю” под редакцией Л. Н. Засориной.

Выбор в качестве материала исследования существительных и глаголов обусловлен тем, что слова этих частей речи составляют лексическое ядро русского языка и других флективных языков. “В системе частей речи наиболее чётко с помощью парадигматических отношений оформлены существительные и глаголы. Эти два класса слов резко противопоставлены. Другие классы слов формировались на их основе” [8, 139].

Методы исследования – анализ словарных дефиниций и перцептивный эксперимент. Эксперимент проводился в групповой форме (участники эксперимента – студенты младших курсов ВГУ, учащиеся 11-х классов МОУСОШ № 13, 150 чел.). В эксперименте предлагалась следующая инструкция: “Опишите всё, что вы видите, слышите, чувствуете, когда звучит каждое из слов экспериментального списка”. Ввиду того, что нам важна как можно более полная картина образных ассоциаций, время проведения эксперимента не ограничивалось.

Так как предмет нашего исследования – чувственные образы, мы попытались классифицировать полученные ответы по принадлежности

образа к органам чувств. Полученные ответы по перцептивному основанию можно разделить на *зрительные*, *слуховые*, *осязательные*, *обонятельные, вкусовые*, *болевые, температурные*.

Ф. Е. Василюк в статье "Структура образа" [1, 9] указывает на то, что существует ряд слов, в образных ассоциациях которых статичный предмет становится доминантой образа. Образы, где предмет видится изолированным и неподвижным, мы будем называть *статическими*. Помимо статических образов в ответах присутствуют *динамические* образы, которые отражают предмет в движении, в окружении других предметов. По доминирующему содержательному признаку чувственные образы можно подразделить на *статические и динамические*. Следует отметить, что не все чувственные образы могут быть однозначно отнесены к той или иной классификационной группе. По мысли А. А. Потебни, в чувственном образе нет ни действия, ни качества, ни предмета, взятых отдельно, но всё это в нераздельном единстве [9].

Проведённое исследование показало, что в словарных толкованиях всех рассматриваемых конкретных существительных и глаголов, а также большинства абстрактных существительных и глаголов содержатся те или иные указания на чувственные образы. Это такие единицы толкования значения, которые отсылают к чувственным образам предметов, их составных частей, ситуаций, действий.

В словарной дефиниции указание на чувственное представление присутствует или непосредственно в толковании значения (*Рука*: "одна из двух верхних конечностей человека *от плеча до кончиков пальцев, а также от запястья до кончиков пальцев"* [5, 686], или в примерах, иллюстрирующих это толкование (*Глаз*: "орган зрения, а также само зрение. *Чёрные, карие, голубые глаза"* [5, 131]. Также в дефиниции при помощи местоимений может быть "задана позиция" под чувственный образ (*Дом*: "*своё* жильё, а также семья, люди, объединённые общими интересами, условиями существования" [5, 174]. Нередко в словарном толковании и в ходе эксперимента выявляется один и тот же чувственный образ (*Дело*: "собрание документов, относящихся к какому-либо факту или лицу. *Папка для дел"* [5, 15]), в эксп.: «*папка с надписью "Дело №"* 20»).

Способ включения информации об образе в словарную дефиницию детерминируется семантикой слова. В перечне образных ассоциаций конкретных существительных преобладают статические предметные образы (*камень*: "лежит посреди дороги"); в перечне ассоциаций конкретных и абстрактных глаголов, а также большей части абстрактных существительных – динамические (*время*: "я бегу с ускорением", *идти*: "ноги идут по дороге", *знать*: "ученик за партой поднимает руку" и др.). В словарных статьях конкретных существительных и глаголов указание на чувственные образы обычно содержится непосредственно в толкованиях значений. В толкованиях значений слов абстрактной лексики чаще отводятся лакуны "под чувственные образы", также указания на чувственные образы могут содержаться в примерах, сопутствующих толкованию значения.

Следует отметить, что обычно исследователи, склоняющиеся к выделению в структуре лексического значения образного компонента, говорят в данном случае о словах конкретной семантики. Наше экспериментальное исследование показывает, что слова абстрактной семантики не только способны вызвать в сознании испытуемых чувственные образы, но палитра образных ассоциаций абстрактных существительных богаче, чем предметных. Наряду с доминирующими зрительными статическими образами (*сила*: "высокий мужчина") в эксперименте выявлены зрительные динамические представления (*сила*: "спортсмен, поднимающий гирю"); слуховые (*мир*: "гремит музыка"), обонятельные (*работа*: "запах пота", осязательные (*жить*: "свежий ветер").

Среди образных ассоциаций конкретных и абстрактных слов преобладают зрительные образы (*стол*: "белая расшитая скатерть", *жизнь*: "новорожденный в кроватке", *идти*: "ноги идут по дороге", *думать*: "мозг человека" и др.). Это обусловлено значимостью зрительных представлений. Большую часть чувственно воспринимаемой информации человек получает благодаря зрению. Кроме того, зрительные представления наиболее просты в описании (как при составлении словарной дефиниции, так и при описании образа в направленном ассоциативном эксперименте).

Содержательной доминантой чувственных образов слов конкретной и абстрактной лексики является предмет (дать: "пачка денег", ждать: "часы" и проч.).

Чувственные образы могут быть соотнесены с различными значениями многозначного слова. У конкретных существительных и глаголов чувственные представления обычно соответствуют первому денотативному значению слова (*Глаз*: "1. Орган зрения, а также само зрение" [5, 131]; в эксп.: "длинные ресницы", "я крашу глаза" и др.).

Чувственные образы могут быть соотнесены сразу с несколькими (и не всегда с первым денотативным) значениями многозначного абст-

рактного слова (Так, в связи с абстрактным существительным *дело* были выявлены образы “крики присяжных” и “тушь течёт по лицу”, указанные одним испытуемым. Это описание ситуации суда. Слово “дело” многозначно. Здесь реализуется не первое денотативное значение – “дело – работа, занятие, деятельность” [5, 159], а значение 9 – “дело – судебное разбирательство, процесс” [5, 159]. Различные значения многозначного слова могут кодироваться в сознании различными образами.

Косвенно направленный ассоциативный эксперимент вскрывает информацию о системных отношениях слова в системе языка. Антонимы, синонимы, слова, относящиеся к одной лексико-семантической группе, кодируются в сознании испытуемых сходными чувственными образами.

Так, многие образные ассоциации на синонимы *дело* и *работа* совпадают. Интересны ассоциаты “бомж в забрызганном пиджаке”; “пустой цех завода в полумраке”; “станки не работают”, выявленные в эксперименте в связи с лексемой *работа*. Здесь ассоциирование идёт на слово “безработица”.

Такой тип ассоциаций в психологии называется ассоциациями по контрасту. Слова *работа* и *безработица* – антонимы. Если сравнить перечни ассоциатов на слова *жизнь* и *время*, то окажется много тематически общих. *Жизнь*: “широкая река с сильным течением”; “люди в движении”; “длинная дорога”; “туннель”; “ломаная линия”. *Время*: “кораблик, бегущий по ручью”; “нечто течёт”; “я бегу с ускорением”; “Млечный путь”. Общий смысловой компонент этих образов – движение, дорога.

Существительные *время* и *жизнь* не являются синонимами, но, возможно, их можно отнести к одному лексико-семантическому полю, что вскрывают пересекающиеся образные ассоциации слов. Вероятно, это связано с тем, что синонимы, антонимы и слова, относящиеся к одной лексико-тематической группе, могут репрезентировать в языке один концепт. Концепт – это энциклопедическое знание, комплексная мыслительная единица, а значение – часть этого знания, названная словом. Значение как относительно ограниченное семантическое явление представляет в языке некоторый концепт. Чувственный образ, являясь ядром концепта, объективно может быть выявлен как компонент лексического значения слова, репрезентирующего в языке данный концепт.

Среди образных ассоциаций слова встречаются культурно маркированные. Так, образные ассоциации “Сад камней в Японии”; «сказочный камень с надписью “Налево пойдёшь...”», связанные с лексемой *камень,* имеют культурную составляющую. Реакции “дерево”; “дом”; “мальчик” на стимул *жизнь* фигурируют в ответе одного испытуемого. Здесь также проявляется культурная специфика образа. В России широко известна восточная мудрость: “Каждый мужчина должен за свою жизнь построить дом, посадить дерево и вырастить сына”. “Культурно” маркированные образы указывают на то, что значение слова формируется в ходе усвоения индивидом результатов коллективной практики.

Особый интерес представляют стереотипические образы, выявленные в ходе перцептивного эксперимента. Из перечня образов слова *дом* видно, что испытуемые описывают преимущественно деревенский дом (“деревянный дом”, “дом посреди леса”, “деревенский дом”, “дым из трубы”, “крыльцо” и т. д.), хотя сами являются жителями города. Видимо, в сознании испытуемых присутствует некий стереотип – типовое представление дома, которое сложилось в ходе знакомства с национальной культурой. В перечне реакций, связанных со словом “работа”, часто встречаются “мужские образы”: “мужчина у станка”; “мужчина сидит в кресле”; “столяр пилит дерево” и т. д. Здесь отразилось устоявшееся в сознании людей восприятие мужчины как деятеля.

Наличие стереотипизированных образов в сознании испытуемых обусловлено тем, что образный компонент значения слова – как и значение вообще – формируется не только на базе индивидуального опыта субъекта, но и коллективного опыта.

Таким образом, исходя из результатов проведённого исследования, можно предположить, что перцептивный образ является интегральным компонентом значения слова. Чувственные образы выявлены как при анализе словарных дефиниций, так и в ходе перцептивного эксперимента, причём нередко информация о том или ином чувственном образе, присутствующая в толковании слова, актуализируется и в эксперименте.

Высокочастотные и стереотипизированные образы, выявленные в ходе перцептивного эксперимента, свидетельствуют об определённом уровне обобщённости чувственных представлений, что является аргументом в пользу включения образа в структуру значения слова.

Образные ассоциации слова свидетельствуют о вхождении слова по образному содержанию в синонимические и антонимические ряды, лексико-семантические группировки, то есть они выполняют системообразующую функцию. Кроме того, содержательной доминантой чув-

ственных образов, связанных с исследуемыми словами, является предмет, что вскрывает сущностную черту формирования значения слова – формирование значения в коллективной практике, в ходе "присвоения" человеком предметного мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Василюк Ф. Е. Структура образа / Ф. Е. Василюк // Вопросы психологии. – 1993. - № 5. – С. 5-19.

2. Леонтьев А. Н. Деятельность и сознание / А. Н. Леонтьев // Вопросы философии. – 1972. - № 12. – С. 130-138.

3. Леонтьев Д. А. Значение и личностный смысл: две стороны одной медали / Д. А. Леонтьев // Психологический журнал. – 1996. – Т. 17. -№ 5. – С. 19-31.

4. Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 416 с.

5. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.

6. Панфилов З. З. Язык, мышление, культура / З. З. Панфилов // ВЯ. – 1975. -№ 1. – С. 28-43.

7. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 191с.

8. Попова З. Д. Общее языкознание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Центрально-Чернозёмное кн. изд-во, 2004. – 205 с.

9. Потебня А. А. Мысль и язык / А. А. Потебня // Слово и миф. – М.: Правда, 1989. – С. 60-235.

10. Стернин И. А. Проблемы анализа структуры значения слова /

И. А. Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1979. – 157 с.

11. Шмелёв Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики / Д. Н. Шмелёв. – М., 1973. – 149 с.

Рецензент – З. Д. Попова.

Статья принята к печати 06.12.2006.

ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА: ДИСКУРСИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА СЧАСТЛИВОГО В РЕКЛАМЕ И СВЕТСКОЙ ХРОНИКЕ

© 2007 Е.С. Скворцова

Иркутский государственновй лингвистический университет

На современном этапе развития гуманитарных наук актуальным является изучение стратегичности и технологичности дискурса. Так, Н. Феарклоу отмечает, что производство дискурса во всех сферах деятельности становится все более обдуманным и технологичным [3].

По мнению С. Н. Плотниковой, технологичность предполагает кодификацию дискурса, то есть отбор необходимых типов дискурса на научных основаниях, в том числе и лингвистических, осознанное закрепление в памяти принципов порождения технологически необходимого дискурса и автоматическое пользование им в зависимости от обстоятельств [2].

Целью данной статьи является исследование технологичности таких жанров современного массмедийного дискурса, как реклама и светская хроника, с точки зрения моделирования в них образа человека счастливого.

Как указывал еще основоположник исследования массовых коммуникаций М. Маклюэн, "реклама должна звонко и отчетливо выкрикивать свое послание счастья" [1, 256]. Рассмотрим признаки технологичности в деятельности современных рекламодателей, их технологии "создания счастья" для потребителя.

Рекламодатели активно конструируют ситуацию счастья для потребителя, делая акцент на самих себе как создателях счастья. Дискурс при этом может быть разным, однако в его основе лежит одна и та же пропозиция, которую можно сформулировать следующим образом: «Предлагаемый именно "нами" продукт или услуга сделают "тебя" счастливым». Мы не случайно употребляем местоимение "тебя", поскольку в подобных сообщениях акцентируется не столько вежливое, сколько дружеское отношение к покупателю. Так, в нижеследующем примере местоимение our ("наши психотерапевты") выражает роль рекламодателя в создании счастья для каждого клиента. "Ты" станешь новым – счастливым – человеком, обратившись в "нашу" фирму; именно "мы" создадим "твое" счастье:

Discover a New You! Our caring psychics can lead you to love, ***happiness*** *& success with a free sample reading (Ladies' Home Journal, Mar., 1996).*

Насыщая рекламу личными местоимениями "мы" и "наш", а также прилагательными с мелиоративной семантикой, описывающими высокое качество товара, рекламодатели упоминают уже купивших его людей, испытывающих счастье от пользования этим товаром. Тем самым создается сложная ситуация,

представляющая счастье потребителя как звено цепочки: "Мы" – "Наш товар" – "Счастье уже купивших его людей" – "Твое счастье":

Samsung IT big in business. Digital confidence. It's no surprise that many of the world's top companies choose Samsung for their IT solutions. Many leading IT manufacturers are also **happy** to brand Samsung products as their own. At Samsung we see this as an endorsement of our continued philosophy to delivering quality, leading edge and reliable IT products. Our mobile computing, display and fax and printing solutions deliver a level of technology business expects from the world's fastest growing IT brand (Newsweek, Nov. 22, 2004).

В том случае, когда ситуация, в которой оказывается потребитель, никак не может быть соотнесена со счастьем (например, ситуация болезни, неразрывно связанная с рекламой лекарственных средств), рекламодатель конструирует счастье потребителя через свое собственное счастье быть ему полезным, дать правильный совет ("Твой" друг из "нашей" фармацевтической компании будет счастлив дать тебе совет):

New fast acting travel calm. Avoids unplanned gear changes. The problem with many travel sickness pills is that you have to take them hours in advance. Thankfully, there's now UniChem's Travel calm – for those of us who can't always plan that far ahead! Passengers over 3 years old can take one dose just 20 minutes before a journey – and once you've started, you shouldn't have to stop. Your friendly local

UniChem pharmacist will **happily** advise you on travel sickness and other minor ailments. Phone free on 0800 608 076 for the address of your nearest New UniChem Travel Calm. A travel sickness remedy for today's pace of life (Prima, Jul., 1996).

В рекламе дорогого товара купивший его человек противопоставляется неудачникам, не имеющим такой возможности. Тем самым возникает ситуация, репрезентируемая пропозицией: «Мы создаем счастье только для "тебя", но не для других, не для неудачников, которые не могут позволить себе покупать "наше" копченое мясо»:

With Sainsbury's traditional beef we guarantee you won't need a steak knife. You can't rush a good piece of beef. Like a good wine it needs time to reach perfection. So at Sainsbury's our traditional beef is never hustled. It hangs on the bone for weeks. (Far longer than is normal). The end result is meat that's always tender, succulent and full of flavor. Perhaps not the easiest way to prepare a beef joint or steak, but certainly the best. We confess you will notice a slight difference at the till but **happily** there is a compensation. A big difference on the plate (Prima, Dec., 1993).

Во всех вышеприведенных примерах производитель рекламируемого товара эксплицитно включен в создаваемую для покупателя прагматическую ситуацию счастья как непосредственный конструктор этого счастья. В лингвистическом отношении фактор присутствия производителя в коммуникативном пространстве выражается при помощи личных местоимений первого лица и конструкций с их использованием *(we guarantee, our continued philosophy, our caring psychics, etc.)*; имен собственных – названий фирм-производителей *(At Samsung we see, Sainsbury's traditional beef, etc.)*; личных местоимений второго лица в конструкциях, выражающих принадлежность *(Your friendly local UniChem pharmacist will happily advise you, etc.)*. Все эти лингвистические средства носят технологичный, а не случайный характер.

Следующим способом дискурсивного конструирования счастья для потребителя является внедрение в его личную сферу "знакомого" Другого. Этот Другой – друг и советчик, знающий, к примеру, об особых отношениях "твоих" и "твоего" кота и о том, что "твое" счастье зависит от счастья кота. Другой знает "тебя" настолько хорошо, что, задав "тебе" вопрос, сам же отвечает на него с полной уверенностью, ведь он осведомлен о "твоем" коте, здоровье и счастье которого "ты" обязан поддерживать при помощи рекламируемого корма:

What your cat knows about you could probably fill a book. But even if he could tell anyone about those personal moments, he never would. And a bond that unique deserves Purina O.N.E. brand Salmon & Tuna Flavor. Made with real salmon and tuna, it has a taste cats love. It contains optimal protein levels to help sustain strong muscles and overall well-being. And its complete nutrition, along with antioxidants like vitamin E, helps support a healthy immune system. After all, a healthy, **happy** cat is the perfect way to maintain a healthy, **happy** relationship. How great relationships are fed (Good Housekeeping, Feb., 2000).

В разговоре с читателем Другой представлен как человек обучающий и даже поучающий. Такие рекламные сообщения содержат квазинаучные сведения в самых странных своих сочетаниях, когда, к примеру, читатель узнает одновременно, что "говорят" по поводу рекламируемого корма счастливые собаки и государственные чиновники:

Government officials say these dog foods are alike. Dogs beg to differ. According to AAFCO guidelines (Association of American Feed Control Officials), these dog foods all are 100% nutritionally complete. Which means they all meet the daily requirements of protein, vitamins and minerals, and essential nutrients your dog needs to stay healthy and **happy**. So their nutritional labels all look alike. But dogs know there's a difference. Because dogs know only one has the crunchy Kibbles and chewy Bits they love – Kibbles'n Bits. In fact, in taste tests dogs prefer the taste of Kibbles'n Bits over Purina O.N.E. and Pedigree Mealtime! So your dog can get the nutrition he needs – and the taste he loves – everyday. No wonder dogs say, "We're gonna get us some Kibbles'n Bits!" (Prima, Sept., 1996).

Поучение приобретает характер назидания, когда оно облекается в форму директива, к примеру, приказа послать свадебную телеграмму счастливой паре, благодаря которому Другой воспринимается уже не просто как знакомый, но как член семьи, курирующий общее семейное счастье:

Be remembered on the day they'll never forget. For generations the reading of the telegrams has been as much a traditional part of the wedding day as bridesmaids, church bells and gold rings. Send a Wedding Gram and make sure your special message reaches the **happy** couple (Prima, Jul., 1996).

Ситуация «Знакомый Другой знает, что "твое" счастье состоит в покупке данного товара» в лингвистическом плане отмечена признаками диалогического общения: прямыми обращениями и директивами *(Send a Wedding Gram, be remembered, etc.)*; прямой и косвенной речью *(No wonder dogs say, "We're gonna get us some Kibbles'n Bits!", government officials say these dogs foods are alike, etc.)* и др.

Итак, мы видим, что свойственная рекламе технологичность трактуется в терминах конструирования мира. Конструирование счастливого мира для потребителя в рекламном дискурсе лишено спонтанности и случайности. Рекламодатели осознанно управляют процессом коммуникации с потребителем.

Главная цель любого рекламного сообщения – убедить потребителя в высочайшем качестве рекламируемого товара и, следовательно, в необходимости его купить. Эта цель определяет основную стратегию рекламного дискурса: создание такого мира, в котором покупка предлагаемого товара будет выглядеть естественной. Этот мир должен затрагивать важнейшие человеческие мечты и обязательно включать в себя рекламируемый товар. Возможный счастливый мир становится крайне подходящим предметом манипуляции для рекламодателей, которые наделяют свои товары прагматическим смыслом счастья; эти товары становятся знаками счастья, а потребителям «предоставляют возможность» стать людьми счастливыми. Семиотизация счастья, превращение ситуации покупки в знаковую ситуацию счастья для покупающего, несомненно, весьма технологична и свидетельствует об изощренном коммуникативном разуме создателей подобного дискурса.

Прагматическая ситуация счастья, конструируемая в дискурсе светской хроники, представляет собой дискурсивную реализацию стратегии самопрезентации социально значимых лиц. Большинство из них выдвигают себя в фокус всеобщего внимания в качестве людей счастливых и представляют наличную в данный момент ситуацию своей жизни как ситуацию, имеющую для них прагматическое значение счастья. Журналисты, со своей стороны, отслеживают такую самопрезентацию и ведут дискурсивный мониторинг подобных ситуаций.

Презентация звезд в дискурсе светской хроники происходит по определенному когнитивному сценарию, что на поверхностном уровне выражается в особенностях языковой организации. Журналист, являющийся автором подобной статьи, выражает в ней одну основную пропозицию: ‹X счастлив›, которая в основном связывается с конкретными представлениями отмеченных в социологических исследованиях факторов счастья, как то: ситуации свадьбы, рождения ребенка, любовных отношений, карьерного успеха и т. д. Эта пропозиция лежит в основе множества однотипных статей об одних и тех же людях, которые печатаются изо дня в день, практически в одном и том же виде, что свидетельствует об их востребованности социальным адресатом. Ср., как это происходит в сообщении о рождении третьего ребенка футболиста Дэвида Бэкхэма (David Beckham) и певицы Виктории Бэкхэм (Victoria Beckham):

Wearing a chunky black leather flying jacket, the 29-year-old footballer clearly looked delighted. He said: “We’ve got a baby boy. His name is Cruz. He is beautiful. He is in there with his brothers now and he is very **happy**.” He added: “I’ve got two beautiful sons, now I’ve got another one. He’s a gorgeous little boy, he’s a very healthy little boy and his mother’s good. We’re a very **happy** family” (OK!, Mar.,1,2005);

Cruz a lucky boy! After giving birth you’re are not exactly looking or feeling your best, so the last person you want to see bounding into your hotel room to coo over the baby is Hollywood heart-throb Tom Cruise. Luckily for Victoria Beckham, Tom chose not to come to the Madrid hospital where she was recuperated after giving birth to third sun Cruz, but instead sent flowers. Movie star Tom, who has become good pals with the Beckhams after attending a Real Madrid match with Victoria last November, sent a bunch of lilies to the hospital and offered his warmest congratulations. Well, it was the least he could do after David and Victoria named their baby after him! (OK!, Mar.,8,2005).

Прагматическим смыслом счастья в данной ситуации наделяется семья Бэкхэмов *(happy family)*. Рождение третьего ребенка наделяет эту семью еще более полным счастьем, и это подчеркивается журналистом: согласно его описанию, Дэвид Бэкхэм явно выглядит восхищенным *(clearly looked delighted)*. Только что родившийся мальчик номинируется очень счастливым *(he is very happy)*. Для описания детей Бэкхэмов употребляются прилагательные с мелиоративной оценочной семантикой *(beautiful, gorgeous, lucky)*. Счастьем наделяется даже имя новорожденного: он назван в честь общепризнанно счастливого человека, Тома Круза. Друзьями счастливых *(good pals)* бывают равные им, тоже люди счастливые. Прагматический смысл счастья приобретает метонимический характер; эта особенность является отличительной чертой светской хроники, что говорит о ее технологичном характере.

В дискурсе описания ситуации счастья Бэкхэмов присутствует описание одежды главы семьи *(chunky black leather flying jacket)*. Из этого следует, что прагматическая ситуация счастья, созданная рождением сына, имеет своим фоном прагматическую ситуацию моды, в которой Бэкхэм уже прочно укоренен. Счастливый человек здесь еще и человек модный, то есть важным для журналиста в его репрезентации счастья Бэкхэма является не только то, что он говорит и делает, но и то, во что он одет.

Иногда демонстрация звездами своей жизненной ситуации как счастливой, а значит и ус-

пешной, не находит отклика у журналистов, которые с помощью дискурса предлагают читателям свое видение данного якобы счастливого мира. В такой фокус попала новоиспеченная звездная супружеская пара певицы и актрисы Дженнифер Лопес (Jennifer Lopes) и певца и актера Марка Энтони (Marc Antony), пытающихся привлечь внимание широкой общественности в статусе счастливого семейства, ожидающего рождения первенца:

She's made no secret that she's desperate to have a baby, and now it's thought J. Lo is on the verge of announcing that she is pregnant with her first child. The 35-year-old diva is believed to be "delighted" about the pregnancy, which has yet to be confirmed publicly and is in the "early stages". Jennifer married hubby number three, Latino singer and actor Marc Antony, 36, last June, and the pair are said to be blissfully **happy**. She said shortly after her wedding: "I so want to be pregnant. I'm ready, I'm waiting and I want it to happen as soon as it possibly can!" She added: "A baby would be just so perfect." Speculations that Jen is pregnant reached fever-pitch when the actress failed to attend the London premiere of her new film Shall We Dance, co-starring Richard Gere. She also pulled out of a series of European promotional dates for her album Rebirth, blaming ill health. The singer and actress did manage to show up at the Madrid Launch of the Pepsi advert in which she stars with Beyonce and David Beckham. There was no sign of a bump but onlookers said La Lopes kept touching her tummy. Watch this space...(OK!, Mar., 8, 2005).

Данный дискурс не до конца наделяет жизненную ситуацию супругов прагматическим смыслом счастья. Журналист открыто не подтверждает, хотя и не опровергает счастья Лопес-Энтони. Он как бы отстраняется от происходящего, предлагая читателям самим сделать вывод. Но, в то же время, используемые лингвистические средства, создающие иронический эффект, выражают явное недоверие журналиста. В частности, использование им вместо имен легкомысленных прозвищ *(J. Lo, La Lopes)*, а также заключение некоторых слов в кавычки придает им противоположное значение *("delighted" about the pregnancy which... is in the "early stages")*. Восприятие журналистом счастливой беременности Лопес как очередной рекламной "утки" усиливается также насмешливым описанием ее поведения с помощью сленга *(bump, tummy)*. Сомнение пишущего по поводу семейной идиллии подчеркивается иронически-фамильярной дескрипцией Марка Энтони как "мужа номер три" *(hubby number three)*. Сленговая лексема в сочетании с порядковым номером выражает пропозицию о том, что скандально знаменитая своими романами и браками Лопес вряд ли остановится на третьем замужестве, и, следовательно, вряд ли перед нами прагматическая ситуация счастья.

В целом, наделяя жизнь звезд прагматическим смыслом счастья, журналисты одновременно наделяют ее прагматическим смыслом успеха и, наоборот, репрезентируя их жизнь как несчастливую, номинируют их как неудачников, заслуживающих осмеяния. В этом можно усмотреть один из параметров технологичности дискурса светской хроники.

Проведенный анализ показывает, что дискурсивная деятельность пишущих, связанная с реализацией прагматической ситуации счастья в массмедийном дискурсе, обнаруживает признаки технологичности. В интенцию автора дискурса рекламы и светской хроники входит показать или создать человека счастливого, и он осознанно и технологично реализует именно эту интенцию. Состояния мира, находящиеся за рамками прагматической ситуации счастья, остаются невербализованными, что свидетельствует о технологичном коммуникативном выборе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маклюэн М. Пресса: Управление посредством утечки информации / М. Маклюэн // Отечеств. записки. – 2003. – № 4. – С. 251-263.

2. Плотникова С. Н. Стратегичность и технологичность дискурса /

С. Н. Плотникова // Лингвистика дискурса 2: Вестник ИГЛУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 87-98.

3. Fairclough N. Technologisation of discourse / N. Fairclough // Texts and Practices: Reading in Critical Discourse Analysis. Ed. By Caldar-Coulthard C.R., Coulthard M. – N.Y.: Routledge, 1996. – P. 43-79.

Рецензент – И. А. Стернин.

Статья принята к печати 21.06.2006.

“РУССКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ ПРАЗДНИКА” В “КРЕСТЬЯНСКИХ” РАССКАЗАХ И.А. БУНИНА 1910-х ГОДОВ

© 2007 Т.И. Скрипникова

Воронежский государственный университет

Ключевыми онтологическими понятиями прозы И. А. Бунина являются понятия “бытие” и “быт”, которые, несмотря на их сущностное различие, глубинно и кровно связаны между собой. Заметим, что “быт” и “бытие” – слова однокоренные. В словаре В. И. Даля бытие определяется как существование, пребывание вживе, жизнь. *“Бытие наше земное, не чета небесному”* [3, I, 148]. Для нас важно разграничение понятий “бытия земного” и “бытия небесного”: “бытие небесное” как подлинное бытие есть вполне определенный идеал, в свете которого жизнь человеческая как “бытие земное” всегда неподлинна. Вместе с тем само слово “бытие” в силу своего библейского происхождения уже содержит четкую положительную доминанту, отсюда и возникло достаточно распространенное противопоставление бытия и быта. Однако оно имеет смысл прежде всего, возможно, и единственно для русского сознания, для которого характерно восприятие быта как исключительно отрицательной коннотации. Отсюда и возникает “вечно русская потребность праздника”, как писал И. А. Бунин, необходимая для преодоления тягот быта. В этом отношении в его прозе о русском крестьянстве прослеживается вполне заметная эволюция.

Жизнь крестьян в рассказах И. А. Бунина, что особенно наглядно в ранних произведениях писателя, бытийна уже по определению, так как крестьянин, “осуществляя свое бытие” земное – волей Божьей данное “бытование”, непосредственно имеет дело с основами бытия в изначальном библейском смысле слова – землей, природой, добыванием в поте лица своего “хлеба насущного”. Отсюда столь характерное для ранней прозы Бунина соотношение жизни крестьянина, его быта с календарной жизнью природы и с православным календарем. Именно крестьянин не должен тяготиться бытом, буднями, так как и быт крестьянина, в житейском смысле тождественный жизни, укоренен в бытии.

В ранних произведениях писатель не делает четкого акцента на понятии “будни”, там повседневность, бытовое гармонически сосуществует с сакральным, не порождая конфликта между бытовым и бытийным. “Отживший человек”, старый крестьянин Кастрюк вновь чувствует себя “вписанным” в привычный круговорот жизни, когда он вечером с благоговением молится на небо (“Кастрюк”). Человеческая жизнь кажется значительной и отождествляется с жизнью природы для Капитона Иваныча (“На хуторе”), проезжих мужиков из голодающих деревень (“На чужой стороне”), переселенцев (“На край света”), смиренного Мелитона в одноименном рассказе, странника (“Птицы небесные”), несмотря на трагичность их судеб живущих в гармонии с миром, а поэтому существующих уже на бытийном уровне. ***“Не скушно, а хорошо”*** жить природному человеку Митрофану (“Сосны”). Мысль о соединении ***“с предвечной тишиной”*** природы не покидает героя рассказа “Тишина”.

В произведениях 1907–1916 гг. все резко меняется. Большую роль в этом сыграли трагические события рубежа веков, эпохи “перелома”. Произведения 1907–1916 гг., написанные Буниным в период его творческой зрелости, относятся к сложному периоду в истории России, ознаменованному кровавыми революционными событиями, трагическими событиями Первой мировой войны. И. А. Бунин не пишет о них прямо, но бесследно это для творчества писателя не проходит. Революционные события побудили Бунина к особо интенсивным размышлениям над характером русского народа и русской истории. Раздумья эти занимали его давно, но лишь через несколько лет после первой революции были созданы произведения, которые можно считать зрелым плодом этих размышлений – повесть “Деревня” и последовавшие за ней так называемые “крестьянские рассказы”. Эти произведения – прямое свидетельство того, как по-новому от-

крылся для него русский народ, национальная стихия.

В отличие от ранних произведений, трагизм прозы Бунина 1910-х годов, на наш взгляд, проистекает от того, что крестьяне лишаются укорененности. Происходит попрание человеком глубинных жизненных основ бытия – главных святынь человечества: веры, отечества, земли, отчего дома, родителей. Недаром о главном герое рассказа "Веселый двор" (1911) Егоре Бунин пишет: ***"Он не признавал ни семьи, ни собственности, ни родины"*** [1, III, 280]. Тихон Красов также пренебрежительно относится к своим родителям: ***"Если б жив был теперь шибай Илья Миронов, Тихон Ильич кормил бы старика из милости и не знал бы, едва замечал его. Ведь было же так с матерью..."*** [1, III, 53]. Утратившие способность воспринять нетленно сущностные основы, герои крестьянских рассказов 1910-х годов теряют главное – ощущение радости бытия, столь важного с точки зрения онтологического миропонимания Бунина. Отсюда ощущение жизни у героев как неподлинного бытия, а вместо "повышенного чувства жизни", рождающего "повышенное чувство радости и полноты бытия".

Одной из удивительных черт русского характера, которой не устает поражаться Бунин, является неспособность к нормальной жизни, экзистенциальная тоска и отвращение к будням. По мнению писателя, русскому человеку особенно присуще острое чувство бессмысленности и бренности человеческой жизни. *"Он постоянно тяготится жизнью, устремлен к запредельному и способен в любую минуту на самые неожиданные, странные и никак не предсказуемые поступки"* [5, 164]. Самым частотным словом в произведениях писателя 1910-х годов становится слово "будни". В прозе этого периода создается образ будничной жизни с характерной для него системой мотивов: пыли, тоски, скуки, духоты, грязи, сумрачности, не случайно в связи с этим и появление рассказа с названием "Будни", где эти мотивы доминируют: ***"Гордый своей отчужденностью от этого жалкого быта, своими мечтами о Москве и консерватории, семинарист вышел..."*** [1, IV, 87]. ***"Скучно синело по горизонтам низкое облачное небо..."*** [1, IV, 91]. ***"А ты вот сиди тут... Да тут от одной скуки удавишься! Я уж на что бывалый человек, а и то не могу!"*** [1, IV, 94].

Тяготится буднями и скукой и Егор – герой рассказа "Веселый двор": ***"Дома, в родных местах, после Москвы, после той непривычной жизни... после пьянства и возбуждения в дороге, все показалось ему так буднично..."*** [1, III, 293]. ***"Буднично шумели, галдели без толку грачи..."*** [1, III, 297]. ***"Пил он и на другой день и на третий... Потом снова наступили в его жизни будни. Эти будни были уже не те, что прежде"*** [1, III, 309].

Для героя повести "Деревня" Кузьмы в жизни ***"...страшней всего было то, что она проста, обыденна, с непонятной быстротой разменивается на мелочи..."*** [1, III, 70]. А другой главный герой повести Тихон Красов ***"...чувствовал смертельную тоску и слабость во всем теле"*** [1, III, 19].

Подобные характеристики будничной жизни рассыпаны во многих произведениях этого времени: ***"Стало сумрачно, похоже на будничное предвечернее время; мелкий дождь стрекотал по газете..."*** [1, IV, 132]; ***"В будни он тупеет от скуки, от долгого сна..."*** [1, IV, 227]; ***"Дальше – шоссе, самая скучная дорога на свете... Большие серые брови Авдея сурово сдвинуты, в потухших глазах – тоска"*** [1, IV, 86]; ***"И вдруг почувствовал такую тяжкую, такую смертную тоску, смешанную со злобой... О, какая тоска была на этой пустынной, бесконечной дороге..."*** [1, IV, 46]; ***"И тяжелая, неразрешимая тоска давила Игната"*** [1, IV, 19]; ***"...Была у нее вечная-бесконечная тоска на душе. Такая-с тоска, что и сказать невозможно!"*** [1, IV, 237].

В изображении русской жизни перечисленные мотивы оказываются доминантными, становясь уже не просто характеристиками быта, но обретают онтологический статус качества, окрашивающего собой жизнь. При таком отношении к жизни основное желание русской души – "выход" из будней в иное измерение: ***"Ах, эта вечная русская потребность праздника! Как чувственны мы, как жаждем упоения жизнью... как тянет нас к непрестанному хмелю, к запою, как скучны нам будни и планомерный труд!"*** [1, VI, 83].

Понятие праздника в произведениях Бунина сложно и многоаспектно. Оно может включать в себя традиционное понимание праздника, чаще всего в крестьянской среде проходящего на ярмарках, приуроченных к какому-то знаменательному православному календарному дню. ***"В Петровки в тот год Тихон Ильич пробыл четверо суток в городе на ярмарке и расстроился еще больше – от дум, от жары, от бессонных ночей"*** [1, III, 18]. ***"Ежегодно пятнадцатого июля, на престольный праздник, называемый Кириками, в селе бывает ярмарка... С раннего утра 15 июля они (торгаши) уже стоят за прилавками, заваленными жамками, рожками и красным товаром, а мужики с бабами и ребятишками едут и едут... а надо всей этой теснотой, говором, гамом и скрипом телег гудит праздничный звон к обедне..."*** [1, IV, 227]. Однако на ярмарке человек не чувствует радости и веселья, душевного освобождения от каждодневных забот. Ярмарка

как праздник обманывает надежды, а само веселье оказывается реализацией томления, некой призрачной надежды на что-то лучшее, но надеяться, собственно, не на что и не на кого:

"***На выгоне налаживалась ярмарка…***

– Гуляет народ, – задумчиво сказал Меньшов.

– Это с какой радости? – спросил Кузьма.

– Надеется…

– На что?

– Известно, на что… На домового!"

И. Бунин подчеркивает "трагическую мрачность" как признак русского праздника, являющегося одной из форм выражения все той же экзистенциальной тоски. В "Грасском дневнике" Г. Н. Кузнецова вспоминает об этом слова писателя: *"Это зависит от свойства русского человека. Я много писал об этом. И все остальное проистекает отсюда. В русском человеке все еще живет Азия, китайщина... Посмотрите на купца, когда он идет на праздник. Щеки ему еще подпирает невидимый охабень. Он еще в негнущихся ризах... Все в нас мрачно..."*[4, 127].

Особое внимание И. А. Бунин уделяет праздникам как знаменательным дням православного календаря. В раннем творчестве писателя православный праздник понимался как день, данный не для праздности, т. е. не только и не столько для отдыха тела, сколько для внутренней работы души, для благодарения Богу и сокровенного общения с ним души. В этом аспекте праздник является бытийной категорией. Так, например, в рассказе "На чужой стороне" внешне нарушена целостность и гармония с универсумом из-за отрыва от родных корней: проезжим мужикам некуда было пойти и приготовиться к празднику Светлого Христова Воскресения. Но разрыв связи с родным местами не мешает героям в темноте у здания вокзала с горячей молитвой обращаться к Богу в светлый праздник и хотя бы на короткое время забыть о горечи земной жизни.

Из сознания героев произведений Бунина 1910-х годов уходит истинное понимание религиозного праздника как источника духовной радости и духовного веселья, хотя и в этих рассказах часто упоминаются религиозные праздники, которые испокон века были значимыми вехами крестьянской жизни: ***"…И с начала Петровок уже пошли косить…"*** [1, IV, 366]; ***"В воскресенье на Фоминой, как опять-таки ведется спокон веку, молятся в поле, на озимях…"*** [1, IV, 112]; ***"Был канун прощенного дня"*** 1, 4, 9]; ***"Работники сытно поужинали, – был праздник, Успенье…"*** [1, IV, 257]. Однако в повестях и рассказах 1910-х годов все чаще фиксируется происходящий в этот период исторической жизни процесс утраты веры в Бога, подлинной веры или подмены ее. Вера, как и многие другие ценности, все более уходит в прошлое, все реже встречается на фоне общего вырождения и оскудения. Бунин все чаще показывает русского мужика невежественным и далеким от подлинной веры. И даже те мужики, кто выглядят наиболее набожными, на самом деле далеки от веры, зачастую подменяя ее верой в темные силы. Так, герой одноименного рассказа Ермил, живя "с камнем за пазухой", озлобился на людей, поэтому Святки для него не самое светлое праздничное время, а темное, страшное время, подходящее для придуманного им "сценария" убийства. Молитва "дощечке" (а не иконе) "невидящим" и неверящим взором – не показатель глубины веры, а лишь привычное дело, предваряющее настоящую "серьезную работу", его мысли: ***"…А что, если и его вот так-то удавят?.. а тут идут праздники, Святки. Это время жуткое для человека, живущего в лесу, в поле… не бог весть как просты вечера и ночи на Святках. И лихие люди пользуются этими ночами…"*** [1, IV, 50-51].

Герой повести "Деревня" Аким "совмещает" в себе веру православную с язычеством, отсюда для него подлинное существование Бога – такая же "непреложная" истина, как и вера в наличие нечистой силы: ***"Вот он Аким молится – и попробуй-ка спросить его, верит ли он в бога! Из орбит выскочат его ястребиные глаза! Разве он татарин какой!.. Вот в этой бане не раз, конечно, видали чертей: верит ли Аким хоть в черта как следует? Нет. А все-таки с уверенностью рассказывает…"*** [1, III, 90]. Расчетливый и хозяйственный Тихон Красов, "откупающийся" от Бога лептами и "благими" деяньями, также не имеет в душе подлинной веры, отсюда его кощунственные сопоставления своей жизни с жизнью святых, нелюбовь к церковным лампадкам, к ***"их неверному церковному свету"***.

Без веры живет и Кузьма, главным образом потому, что "не научен": ***"…Ничего о нем не знаю и думать не умею!"*** [1, III, 122]. Оставшаяся в его памяти сцена из детства походит скорее на страшный языческий обряд погребения, нежели на молитву о плодородии: ***«…Шли, белея в темноте рубахами, "девять девок, девять баб, десятая удова", все босые, простоволосые, с метлами, дубинами, вилами, и стоял оглушительный звон и стук в заслонки, в сковороды, покрываемый дикой хоровой песнью: вдова тащила соху, рядом с ней шла девка с большой иконой, а прочие звонили, стучали и, когда вдова низким голосом выводила: "Ты, коровья смерть, / Не ходи в наше село!"»*** [1, III, 93].

Однако, в отличие от других персонажей "Деревни", главные ее герои Тихон и Кузьма Красовы задумываются о своем существовании

и осознают ужас неверия. ***«"Какой там господь!.. Какой господь может быть у Дениски, у Акима, у Меньшова, у Серого, у тебя, у меня?" – с горечью вопрошает Кузьма»*** [1, III, 122]. Душа Тихона также продолжает жить своей мрачной, "хмурой и тоскливой" жизнью и прозревает собственное убожество: "***Не до леригии нам, свиньям!***" Но их тоска и внутренняя рефлексия рождают не жажду обрести подлинную веру, а еще большую тоску. Отсюда возникает то чувство тупика и безысходности, которое наиболее усиливается к концу повести.

Знаковым становится для произведений этого периода мотив подмены иконы как главного религиозного символа православия "дощечкой", что символизируют утрату подлинного смысла и трепетного отношения к иконе как к святыне. Единственное, во что искренне верит Ермил, герой одноименного рассказа, – это темные силы: ***"Щурясь, он устремлял пристальный, но невидящий взор на дощечку в углу, привычно шептал что-то и в определенные моменты с размаху кланялся ей. Но думы его был не возле бога... Он всю жизнь полагал, что верит в бога, но только полагал. Темная сила – другое дело: в нее он верил, чувствовал ее крепко. Сколько ее не только в мире, но и в человеке!"*** [1, IV, 52]. Вместо иконы у возглавии гроба – картинка: ***"...Пестрела яркими красками лубочная картина – продажа братьями Иосифа"*** [1, III, 114]. Герой рассказа "Веселый двор" Егор пользуется иконой лишь для того, чтобы накрывать горшки. Никифор ("Сказка") обокрал церковь и пропил складни в шинке на большой дороге. Этот длинный ряд примеров можно было бы продолжить.

Именно поэтому отсутствие подлинной веры или подмена ее приводит крестьянина к поиску "праздника" жизни как способу выхода из будней, в другой плоскости, что неминуемо влечет за собой извращение форм человеческого сознания. Бунин, едва ли не первый из писателей XX века, отмечает, что вера в душе русского человека заменяется формами умопомрачительного языческого разгула. Недаром он пишет: ***«Не родственно ли с этим "веселием" и юродство, и бродяжничество, и радения, и самосжигания, и всяческие бунты...»*** [1, VI, 84]. Следуя за логикой писателя, попытаемся рассмотреть эти данные самим автором "формы" праздника, художественно изображенные в произведениях 1910-х годов.

Свойственные славянской натуре чувственность, жажда упоения жизнью нередко оборачиваются игрой, принятием на себя личин и ролей, которое впервые заметил Ю. Мальцев. Бунинские герои постоянно играют "роли": Егор, ***"...глядя в гроб, крестился размашисто и часто. Он играл ту роль, что полагалось ему у гроба матери... Но далеки были его мысли"*** [1, III, 309]. Дурочка Фиона ***"...стала зла, нахальна, требовательна, дурочкой уже не притворялась"*** [1, IV, 15]. Старик, ***"...увидав проходящего... поспешил притвориться гораздо более старым, чем был, – взял палку в обе руки, поднял плечи, сделал усталое, грустное лицо"*** [1, III, 75].

Но особенно поразительно раскрывается это желание играть роли у столь притягивающих внимание И. А. Бунина русских юродивых. В. Н. Муромцева-Бунина в "Беседах с памятью" вспоминает, как всегда загорались глаза у писателя при виде "божьих людей" на ярмарках и праздниках. Само слово "юродивый" семантически берет начало от слова "урод". Юродивые обладают достаточно устойчивым набором признаков, относящихся к внешности, одежде и поведению. Наличие физического уродства вполне типично для канонического юродивого. В рамках религиозного подвига оно усугубляет страдания спасающегося и тем самым предоставляет дополнительную возможность спастись. Внешнее уродство как непохожесть на общепринятое призвано было подчеркнуть внутреннюю святость, так как это юродство во Христе. Юродивый по определению призван как бы играть роль, однако эта "роль" предназначена ему Богом как напоминание людям, обманывающимся благами неподлинного бытия, о ценностях и благах бытия истинного, которое, как и сам юродивый, "не от мира сего". Но оборотной стороной истинного юродства всегда в России было лжеюродство как своеобразный парадокс и особый феномен в жизни русского народа, которому Бунин пытается дать свое объяснение.

В лжеюродстве и проявилось, по мнению писателя, особая, "артистическая" природа русского человека, его потребность праздника. В бунинских рассказах лжеюродивые, играющие роль "пророков", движимы вовсе не пламенной верой, а побуждениями гораздо более низменными и странными. Так, в рассказе "Я все молчу" писатель рисует целую галерею таких "божьих людей", калек, бывших, по всей вероятности, до поры до времени вполне нормальными людьми и ведших вполне обычный образ жизни и вдруг неожиданно порвавших с обыденностью ("проклятыми" буднями), превратившихся в нищих бродяг, одевшихся в рубища и вериги: ***«Ужасные люди в две шеренги стояли во время обедни в церковной ограде, на пути к паперти! В жажде самоистязания, отвращения к узде, к труду, к быту, в страсти ко всяким личинам, – и трагическим и скоморошеским, – Русь издревле и без конца родит этих людей. И что это за лица, что за головы! Точно на киевских церковных картинах***

да на киевских лубках, живописующих и дьяволов, и подвижников мати-пустыни! <…> Есть горбуны, клипоголовые, как бы в острых тапках из черных лошадиных волос. Есть карлы, осевшие на кривые ноги, как таксы. Есть лбы, сдавленные с боков и образовавшие череп в виде шляпки желудя. Есть костлявые, совсем безносые старухи, ни дать ни взять сама Смерть… И все это, напоказ выставив свои лохмотья, раны и болячки, на древнецерковный распев, и грубыми басами, и скопческими альтами, и какими-то развратными тенорами вопит о гнойном Лазаре, об Алексее Божьем человеке, который, в жажде нищеты и мученичества, ушел из-под отчего крова "ня знамо куда…"» [1, IV, 229-230].

С особой силой нарисован писателем в этом рассказе образ "божьего человека" – Шаши, сына разбогатевшего мужика Романа, имевшего лавку, мельницу, который уже в ранней молодости начинает тяготиться благополучием и определенностью своей жизни, начинает примерять разные роли. Например, ***"роль человека, чем-то кровно оскорбленного"***. На собственной свадьбе, ***"притворяясь пьяным, убедив себя, что он адски приревновал свою молодую жену к одному молоденькому помещику, он внезапно наступил во время вальса ей на шлейф, с треском оторвал его. А затем кинулся к ножу, пытался зарезаться и, будучи обезоружен, дико рыдал…"*** [1, IV, 225]. Ежегодно 15 июля, на престольный праздник Кирики Шаша идет на ярмарку, чтобы быть избитым там мужем солдатки, что была его любовницей. ***"В будни он тупеет от скуки, от долгого сна… нынче же – праздник, нынче он будет играть перед огромной толпой, нынче он будет страшно, до беспамятства избит на глазах этой толпы – и вот он уже входит в свою роль, он возбужден, челюсти его крепко сжаты, брови искажены"*** [1, IV, 227-228]. И, наконец, разорив до конца все состояние отца, Шаша становится нищим бродягой и проводит дни свои на церковной паперти среди других лжеюродивых.

И. Бунин показывает разные психологические типы "странных людей", особенно густо рассыпанные в повестях "Деревня" и "Суходол". Так, Макарка-странник, будучи отпетым вором и мошенником в реальной "будничной" жизни, вдруг "***прославился прорицаниями***" настолько зловещими, «***что его посещений стали бояться, как огня. Подойдет к кому-нибудь под окно, заунывно затянет "со святыми упокой" или подаст кусочек ладану, щепотку пыли – и уже не обойтись тому дому без покойника***» [1, III, 50-51]. Юродивый Дроня тоже играет роль "блаженного", хотя в обычной жизни он – просто пьяница, который ***"стукается"*** головой в стену и с ***"радостным лицом отскакивает"*** [1, III, 176]. "Дурачок" Тимоша Кличинский, уродливый и задыхающийся от полноты, всегда полон предчувствий неминуемой беды. ***«"Бяда!" – бормотал он… Его успокаивали, кормили, ждали от него чего-то… Но он молчал, сопел и жадно чавкал. А начавкавшись, опять вскидывал мешок за спину и тревожно искал свою длинную палку…»*** [1, III, 177]. Бродяга, рассказчик похабных историй, "любимец публики", Юшка выбрал такую жизнь потому, что ***"пахать"*** показалось ему ***"непристойно и скучно"*** [1, III, 178].

Не менее чем сами лжеюродивые, поражает Бунина отношение к ним народа, которое можно определить как восторженная симпатия. Ничто не умаляет народную любовь к ним: ни никчемность их прорицаний, ни сомнительность их исцелений, ни их явное шарлатанство и притворство. При этом особенность русской жизни состоит именно в том, что многие люди иногда ведут себя не менее странно, нежели "лжеюродивые". Так, в повести "Суходол" наиболее активно взаимодействует с юродивыми тетя Тоня. Ее поведение странным образом во многом схоже с поведением упоминаемых выше "божьих людей" Тимоши Кличинского и Дрони. ***"Она кидалась к окну и кричала со слезами, жалким голосом"***, с Тимошей они словно переговариваются на равных, оба кричат с повышенной эмоциональностью, близкой к истеричности. Причем на тетю Тоню Наташка уже не может смотреть как на юродивую – "тупо и жалостно", так как ее поведение вызывает откровенный страх, потому что это уже не "игра", а самое настоящее, такое пугающее в быту сумасшествие.

Особой, извращенной формой преодоления будней становится в рассказах И. Бунина 1910-х годов неординарная попытка самовыражения, нередко приводящая к преступлению. Так, в рассказе "Ермил" слово "жуть" становится ключевым, определяющим весь последующий ход событий: ***"Вам Святки идут, веселье… а мне – жуть…"*** [1, IV, 55]. Не случайно, что жуткое событие происходит во время светлого православного праздника. Герой, влекомый темными силами, озлобленный на весь род людской, живущий в стороне от людей с "камнем за пазухой", придумывает "сценарий" преступления как выход из той мрачной будничной жути жизни, где ***"…зловеще шумел лес в те черные, непроглядные ночи… среди безграничного моря тьмы"*** [1, IV, 49]. Происходит трансформация идей, подмена понятий, где подготовка к ожидаемому светлому празднику, нарушающая привычное течение будней, есть не что иное, как подготовка к жуткому запланированному преступлению: ***"И Ермил стал готовиться к ним*** (к Святкам. – *Т.С.*)***… молился и принимался за работу – вернее, за думы"*** [1, IV, 51].

Все это привело к тому, что герой, все больше "входя во вкус" страшных и преступных мыслей, уже не мыслит себе иного исхода, нежели преступления, где злодеем на деле оказывается он сам. Отсюда мысли о преступлении вызывают успокоение и "довольство" тем, ***"как ловко"*** он все придумал, без этого дальнейшая "спокойная" жизнь Ермила была бы невозможна. ***"Теперь, если бы ему сказали, что никто к нему не придет, он бы, кажется, молить стал о том"*** [1, IV, 54]. Страшнее всего то, что в двойственной натуре, в этой загадочной русской душе мужика Ермила, темное, преступное граничит со спокойствием, трудолюбием и усердием. Отсюда то "приятное впечатление", которое он произвел на всех в суде. Даже внешне ***"приживясь к Богу"***, устроившись в монастыре, он не становится монахом, братом во Христе, ибо фразу ***"дюже преступный"*** он произносит не с должным для этого раскаянием и болью, а с ***"удовольствием"***, опять-таки с тем же жутким "довольством" собой, с которым он "работал" над исполнением преступного плана.

В рассказе "Ночной разговор" гимназиста, ***"увлекшегося изучением мужиков"***, поражает не столько рассказы о страшных и жестоких убийствах, совершенных вследствие беспечности и небрежности как к жизни чужой, так и к жизни своей, сколько та легкость и даже удовольствие от содеянного в рассказах беспечных убийц. Это, на наш взгляд, также определяется удивительным качеством русского человека, у которого безразличие к смерти и небрежность к жизни характеризуется некой неземной, "оторванной от ненавистных будней невесомостью и легкостью" [5, 168]. Следует отметить, что здесь особую роль в тексте играет наличие восклицательных знаков (один из любимых Буниным знаков препинания), которые подчеркивают эту мнимую беспечность героев и "довольство" собой и содеянным. Так, Федот убивает человека ***"из-за ничтожности"*** – из-за своей козы. О совершенном преступлении он рассказывает тоном, полным хозяйственного огорчения, ***"что никому бы и в голову не пришло, что это рассказывает о своем грехе убийца"*** [1, III, 268]. Об убийстве козы он рассказывает с нескрываемым удовольствием за свою ловкость: ***"Подхватил я здоровый кирпич, изловчился – да так ловко залепил, что она аж подскакнула, да как зашуршит вниз по крыше!"*** [1, III, 272]. Не случайно человека Федот убивает, как и животное, с одинаковой легкостью и знанием "дела": ***"Я выскочил с бруском от косе, да с горяча – раз его в голову!"*** [1, III, 275]. Все мужики предстают в рассказе с гипертрофированным чувством преступного и запретного.

Озлобленность русского мужика как выход из будней может проявляться не только в жестоком отношении друг к другу, но и выливаться в свирепый, бессмысленный и беспощадный бунт. Бунт предстает как жажда праздника, как возможность проявить свою удаль, волю. Нечто подобное мы находим еще у гениального предшественника Бунина – А. С. Пушкина. В повести "Капитанская дочка" Пушкин словами главного героя повести Гринева говорит о страшной, разрушительной силе свирепого пугачевского бунта: *"Шайки разбойников злодействовали повсюду... состояние всего обширного края, где свирепствовал пожар, было ужасно... Не приведи бог видеть русский бунт, бессмысленный и беспощадный"* [6, III, 308].

В русском мужицком бунте, который Бунин наблюдал в деревне во время революции 1905 года, его так же, как и Пушкина, поражала не столько жестокость, сколько нелепость и бессмысленность. Не задаваясь целью изображать его специально, он все же дал некоторые характеризующие его штрихи. Мужики в рассказе "Ночной разговор" во время бунта с барского быка, с живого, кожу сняли: ***"Как пошли эти бунты, так они что делали: поймали его на поле, веревками обротали, свалили с ног долой… бить не стали, а взяли да освежевали дочиста. Так он, голый, и примчался на барский двор, – разлетелся, грохнулся и околел тут же… кровью весь исшел"*** [1, III, 273]. Нелепость и бессмысленность бунта показана в повести "Деревня". В Дурновке у Тихона Красова бунтующие мужики ***"зажгли в саду шалаш"***. Шорник же, громче всех оравший во время бунта и грозивший убить Тихона, после окончания бунта как ни в чем не бывало опять стал появляться в лавке Тихона и почтительно снимать шапку на пороге. Бунт в повести заканчивается безрезультатно: "***…Поорали по уезду мужики, сожгли и разгромили несколько усадеб, да и смолкли***" [1, III, 30].

Уже в годы русской революции 1917 года И. Бунин подводит своеобразный итог своему художественному исследованию "вечной русской потребности праздника": *«Однако разве не исконная мечта о молочных реках, о воле без удержу, о празднике была одной из главнейших причин русской революционности? И что такое вообще русский протестант, бунтовщик, революционер, всегда до нелепости отрешенный от действительности и ее презирающий, ни в малейшей мере не хотящий подчиниться рассудку, расчету, деятельности невидной, неспешной, серой? Как! Служить в канцелярии губернатора, вносить в общественное дело какую-то жалкую лепту! Да ни за что – "карету мне, карету!"»* [2, 83].

Таким образом, утрата бытийной укорененности в русском крестьянстве, показанная И. Буниным в произведениях 1910-х годов, осознается им как едва ли не главная причина распада традиционных форм русской государственно-

сти. Бунин объясняет эту утрату устойчивыми чертами национальной психики, противоречиями русского национального характера, сосуществованием в человеке и в народной жизни в целом двух начал – "Руси" и "Чуди": *«Есть два типа в народе. В одном пребывает Русь, в другом – Чудь, Меря. Но и в том и в другом есть страшная переменчивость настроений...Народ сам сказал про себя: "Из нас, как из дерева, – и дубина, и икона", – в зависимости от обстоятельств, от того, кто это дерево обрабатывает...»* [2, 62]. Катастрофические обстоятельства российской исторической жизни начала XX века еще более способствовали утрате, искажению или подмене в крестьянской жизни глубинных основ бытия, что неминуемо приводило к ощущению неподлинности и бессмысленности человеческого существования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бунин И. А. Собр. соч.: в 9 т. / И. А. Бунин. – М.: Худ. литература, 1965. Все цитаты бунинского текста проводятся по этому изданию с указанием тома и страницы в скобках.

2. Бунин И. А. Окаянные дни / И. А. Бунин. – М.: Сов. писатель, 1991. – 176 с.

3. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. / В. Даль. – М.: Рус. яз., 1999. – Т. 1: А–З. – 1999. – 699 с.

4. Кузнецова Г. Грасский дневник / Г. Кузнецова. – Вашингтон, 1967. – 61 с.

5. Мальцев Ю. Иван Бунин. 1870–1953 / Ю. Мальцев. – М.: Посев, 1994. – 432 с.

6. Пушкин А. С. Соч.: в 3-х т. – М.: Худ. литература, 1987. – Т. 3. Проза. – 527 с.

Рецензент – О. В. Бердникова.
Статья принята к печати 09.10.2006.

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ РАССМОТРЕНИЯ КАТЕГОРИИ ПАМЯТИ В ТВОРЧЕСТВЕ К. Д. ВОРОБЬЕВА

© 2007 Н.Е. Тарасенко

Курский государственный университет

Память находила отражение в творчестве поэтов и писателей различных периодов, но именно произведениям писателей прошлого века свойственно пристальное внимание к рассмотрению этой категории.

В произведениях последних десятилетий XX века тема памяти получила особое значение. Через призму памяти можно рассматривать и произведения К. Воробьева.

В творчестве Константина Дмитриевича категория памяти может быть представлена как: характеристика героя, средоточение авторской концепции истории, гарантия постижения смысла бытия, мотив, идея произведения, механизм повествования. Подробно остановимся на рассмотрении памяти как характеристике героя.

В основе сюжета всех повестей и рассказов К. Воробьева, собственно, судьба одного и того же человека, которого писатель назвал своим ровесником. Переходя из произведения в произведение, герой Воробьева сохраняет свои родовые черты и приобретает жизненный опыт, вырабатывает определенные оценки и суждения, общие и для воробьевского героя, и для самого автора.

Трудное, полуголодное, сиротское, но вместе с тем счастливое деревенское детство ("Тетка Егориха", "Сказание о моем ровеснике", "Почем в Ракитном радости", "Синель", "Ничей сын"), потом фронт ("Убиты под Москвой", "Крик"), трагические картины плена, лагерей, партизанской борьбы ("Крик", "И всему роду твоему", "Седой тополь") и современность ("Вот пришел великан", "И всему роду твоему") – вот жизненные этапы, которые проходит герой Воробьева, ведомый авторской памятью.

Повести "Крик", "Убиты под Москвой", "Почем в Ракитном радости", "Тетка Егориха", "Сказание о моем ровеснике" дают начало биографии лирического, сквозного для всей прозы писателя героя. "Тетка Егориха" и "Сказание о моем ровеснике" – это не только элегии памяти о босоногом детстве, той поре, к которой можно вернуться, повзрослев. Эти страницы жизни сельского мальчика, будущего героя прозы писателя, наполнены не только светлой радостью и счастьем, в них есть боль и горечь первых утрат, раннее преждевременное взросление, становление характера. Память детства становится для воробьевского героя категорией внутренней жизни.

В разных временных отрезках рисует Воробьев детство героев, но неизменным остается их общая черта: раннее сиротство.

Все герои Воробьева лишены родового гнезда, семейных уз и родственных отношений. Отсутствие дома, привязанности к родовому гнезду превратилось в своеобразный "стиль" Константина Дмитриевича, определивший судьбу его героев, вынужденных "скитаться" в поисках обретения себя и восстановления цепочки памяти.

Поиски ответов на мучающие вопросы, поиски правды толкают героев на странствия. Так в произведениях Воробьева появляется традиционный для русской литературы мотив дороги как пути исканий, беспокойства человека, попытки достигнуть истины.

Воробьевский герой уходит из дома для того, чтобы через скитания обрести чувство дома, родового гнезда, где он всем дорог и где все несет на себе отпечаток его самого. Все осмыслить и понять герою можно только вернувшись домой и вспомнив.

«Но вот не могли бы вы сказать, как спастись от тоски человеку, когда он совсем-совсем одинок?.. И правда ли, что прошлому верны бывают в жизни только слабые, никчемные люди, которые не имеют настоящего?.. А как понять ваше "вот и жизнь пройдет, как прошли Азорские острова"? Может, и вы, Владимир Владимирович, тоже в жизни знали потерю... А? Но разве могут мертвые держать в плену души живых?» [1, 16].

Порой герою трудно справиться с болью, возникшей в душе и сердце, когда он связывает в единую цепочку памяти все, что было в эти прошедшие

годы: "Пожалуй, зря я сюда приехал, Петух... Плохо тут у нас. Хотя с другой стороны – родина!" [2, 62].

Так постепенно появляется в текстах сквозной мотив произведений – возвращение домой и восстановление цепочки памяти: "Все эти годы я мечтал о зримых дорогах, которые в конце концов приводят ищущего путника к цели..." [3, 102].

Поэтому сироты Воробьева с самого раннего детства пытаются восстановить цепочку памяти. Посредством памяти герои пытаются восполнить пробелы в сознании и времени. Повзрослевшие герои пытаются найти свои истоки, провести мосты с прошлым, поэтому так необходима героям Воробьева очная ставка с памятью.

Начав биографию своего лирического героя с детской его поры, писатель сделал свой главный упор на рассказе о той судьбе и личности, которая сильнее остальных оставила неизгладимый след, заложив зерно будущего характера.

Взрослеет герой Воробьева, брошенный судьбой на войну, в считанные дни проходя путь от мальчишеского, наивного, почти восторженного восприятия войны через кровь, муки, собственное страдание до философского ее осмысления как огромного народного бедствия.

Такой путь проходят два героя Воробьева, оба младшие лейтенанты –Алексей Ястребов ("Убиты под Москвой") и Сергей Воронов ("Крик").

Герои Воробьева после первой же битвы попадают в плен, и судьба их там всегда одинакова: по утрам пленным выдается черпак сизой мути – баланды – и буханка хлеба на двенадцать человек, одеты они всегда в бумажный мешок. Как правило, герой всех произведений бежит из плена и становится во главе немногочисленного партизанского отряда.

В мирные дни герой Воробьева будет, подобно Антону Кержуну ("...И всему роду твоему"), искать свое место в жизни. Он, пройдя через войну и плен, начинает мучительный поиск смысла жизни и продолжает восстанавливать цепочку памяти.

Так, мучительными будут раздумья о жизни и своем месте в ней у героя рассказа "Белая ветка" Матвея Горинова. Несколько дней Горинов жил "раздумчиво-притихшей" жизнью, внимательно присматриваясь к окружающему и всматриваясь в себя. В эти дни открылось желание большой и трудной жизни, при которой возможны жертвы и подвиги, неизбежны поиски и ошибки. Поэтому решает он оставить работу и семью и немедленно уехать одному, совершенно не зная, потерял ли он или еще не находил того, чего искал в жизни. А нашел смысл в жизни Горинов благодаря знакомству со стариком: "...Чувствовалось, что этот человек ни от кого не зависит, живет и работает по собственному усмотрению, Горинов проникся каким-то новым, возбужденно-уверенным настроением, яснее и зримее понимал теперь собственные чувства" [4, 156].

Архитектор Родион Богданович Сыромуков из неоконченной повести "...И всему роду твоему" – самый умудренный их всех воробьевских героев. По возрасту он многим годится в отцы, а жизненный опыт его вбирает все, что пришлось испытать на своем веку другим: сиротское детство, опаленная грозовыми раскатами войны юность, ускоренное мужание на фронтовых дорогах под Москвой, горечь и унижение плена, побег из плена, участие в партизанском движении. Наделенный всеми "родовыми" качествами ведущих воробьевских героев (независимость, волевая устремленность, нетерпимость к беспринципности, лжи, самодовольству), Сыромуков явно превосходит их интеллектуальной мощью, масштабностью мировосприятия, большей самоуглубленностью.

Сыромуков задается многими вопросами и пытается найти на них ответ. И здесь опять обращение к детству как способу познания себя у героев Воробьева.

Константин Дмитриевич возлагал надежды на героя, способного обеспечить преемственность памяти, которая и есть след духовности, оставшейся в наследие от предшествующих поколений. В творчестве Воробьева в зависимости от трансформации категории памяти можно выделить два типа героя.

Герой, обеспечивающий преемственность памяти (Павел – "Костяника", Кондратьев – "Чертов палец", Сыромуков – "...И всему роду твоему", Грачев –"Картины души" и т. д.).

Герой, "разрушающий" родственные узы и цепочку памяти (Тишка –"Сказание о моем ровеснике", Голуб – "Тетка Егориха", Сергей – "Синель").

Таким образом, мы видим, что герой Воробьева, переходя из произведения в произведение, сохраняет в себе основные черты характера, общность судеб и стремление сохранить в себе лучшее, накопленное временем, обрести себя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьев К. Д. Гуси-лебеди / К. Д. Воробьев. Рассказы. – Курск, 1997. – 320 с.

2. Воробьев К. Д. Подснежник / К. Д. Воробьев. Рассказы. – Курск, 1997. – 320 с.

3. Воробьев К. Д. Синель / К. Д. Воробьев. Рассказы. – Курск, 1997. – 320 с.

4. Воробьев К. Д. Белая ветка / К. Д. Воробьев. Рассказы. – Курск, 1997. – 320 с.

Рецензент – Ю. Л. Филиппов.

Статья принята к печати 12.12.2006.

КОМИЧЕСКИЙ МОТИВ ЛЮБОВНОГО ИСКУШЕНИЯ КАК АРЕНА ЛИТЕРАТУРНОЙ ПОЛЕМИКИ (О ВОЗМОЖНОМ СЮЖЕТНОМ ИСТОЧНИКЕ “РУСЛАНА И ЛЮДМИЛЫ В ЛИЦЕЙСКОЙ ПОЭЗИИ А.С. ПУШКИНА)

© 2007 Л.В. Тарасова

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева

Шутливый мотив любовного искушения – преодоленного либо нет – восходит у Пушкина к “кощунственной” традиции Парни, под сильным влиянием которого поэт находился в первой половине 1820-х годов. Наиболее отчетливо эта связь проявилась в “Гавриилиаде”. Однако уже в “Руслане и Людмиле”, создававшейся Пушкиным практически параллельно с “Гавриилиадой”, мотив этот становится ареной литературной полемики и программного утверждения авторской позиции молодого Пушкина. В первую очередь, он проявляется в сюжетной линии хана Ратмира в эпизоде из IV-ой песни “Руслана и Людмилы”. Эпизод пародирует мистическую балладу Жуковского “Вадим” (1817) – II часть баллады “Двенадцать спящих дев”. Ее герой – чистый душою Вадим – призван Богом расколдовать волшебный сон томящихся в замке двенадцати дочерей грешника Громобоя, продавшего сатане душу как свою, так и своих чад за продление собственной жизни (“за каждую по году”). Странствие искупителя Вадима предстает в балладе спиритуальным путешествием к высокой духовной цели, которую девы символизируют. Эпизод, где Вадим спасает дочь киевского князя из рук великана-похитителя, а затем невольно поддается чарам ее молодости и красоты, представлен Жуковским как уклонение от предначертанного пути, искусительное испытание героя. Вадим не поддается соблазну, но его странствие возобновляется только под влиянием мистических знамений:

...Но вдруг смутился он
И в радостном волненье
Затрепетал ... знакомый звон
Раздался в отдаленье.
И долго, жалобно звенел
Он в бездне поднебесной;
И кто-то, чудилось, летел,
Незримый, но известный;
И взор, исполненный тоской,
Мелькал сквозь покрывало;
И под воздушной пеленой
Печальное вздыхало...[2, 110].

При этом Вадим даже не догадывается, ради кого отказывается от прелестной киевской княжны, поскольку он видел лишь призрак вдали, закрытый “завесою туманной”. Главная цель его путешествия – спиритуальное единение с девой-призраком во имя трансцендентного спасения, обещанного Святым Угодником:

“Вадим, желанное вдали;
Верь небу; жди смиренно;
Все изменяет на земли,
А небо неизменно;
Стремись, я провожатый твой!” [2, 100 – 101].

Вадим счастлив не встречей с женщиной, ради которой прошел столь долгий путь, а тем, что исполнил волю небес по спасению двенадцати спящих дев и грешной души Громобоя.

Пересказывая “Громобоя” в IV песни “Руслана и Людмилы”:

Друзья мои, вы все слыхали,
Как бесу в древни дни злодей
Предал сперва себя с печали,
А там и души дочерей;
Как после щедрым подаяньем,
Молитвой, верой и постом,
И непритворным покаяньем
Снискал заступника в святом;
Как умер он и как заснули
Его двенадцать дочерей ... [6, т. 4, 51].

Пушкин пользуется тем, что Жуковский представляет себя не автором “Вадима”, а хранителем “старинного преданья”, которое не может претендовать на подлинную истину. Пародируя этот прием Жуковского (историю Руслана и Людмилы некий монах сохранил в качестве “вер-

ного преданья"), Пушкин представляет Вадима Ратмиром, а свою версию приключения в тереме – истиной. Резюмируя краткий пересказ "Вадима" сенсационным "нам солгали!", пушкинский рассказчик обещает "истину вещать":

Прости мне, северный Орфей,
Что в повести моей забавной
Теперь во след тебе лечу
И лиру музы своенравной
Во лжи прелестной обличу [6, т. 4, с. 50 – 51].

Истина открывается в описании встречи Ратмира с девами-соблазнительницами в чудесном замке. Целый ряд деталей прямо отсылает к соответствующему эпизоду баллады Жуковского. Это, в частности, изображение дремлющего Ратмира:

Его чело, его ланиты
Мгновенным пламенем горят;
Его уста полуоткрыты
Лобзанье тайное манят [6, т. 4, 54]

– почти буквально повторяют описанное Жуковским влечение Вадима к спасенной им киевской княжне:

Горящих персей младость,
И мягкий шелк кудрей густых,
По раменам разлитых,
И свежий блеск ланит младых
И уст полуоткрытых
Палящий жар...
Уже исполнены огнем
Кипящего лобзанья,
На девственных ее устах
Его уста горели... [2, 110].

Тем, что хозяйки замка оказались не совсем "девами", предопределяется, по мнению О. Проскурина, уклонение Ратмира [5, 39]. Стойкость Ратмира при этом ничем не подтверждается: в решающий момент его встречи в спальне с хозяйкой замка Пушкин опускает занавес. Позже, встретившись с Русланом уже в качестве рыбака, Ратмир признается ему, что "Двенадцать дев [его] любили" [6, т. 4, 70].

Причину пушкинской пародийной полемики с Жуковским в "Руслане и Людмиле", нельзя отделить от литературного движения начала XIX века. С ростом "национального" пафоса позднеекатерининского двора возник социальный заказ на создание национального поэтического эпоса. Но все попытки создания героической поэмы окончились неудачей. Ю. Стенник справедливо, на наш взгляд, объясняет ее тем, что эпический "проект" вошел в непримиримое противоречие с уже утвердившимся к концу века в качестве основного "салонным" содержанием литературы, проявившимся, прежде всего, в "легкой поэзии" [7, 107 – 110]. Он был обусловлен формированием самостоятельной и "приватной" дворянской личности, чей литературный интерес диктовался не государственным долгом, а наслаждением и вкусом, который задавался нормой литературного салона, ставившим во главу угла камерные, интимные жанры лирики – послание, элегию и др. Помимо апологии удовольствия и наслаждения эти жанры были направлены на раскрытие неповторимого внутреннего мира человека, его душевных движений.

Ситуацию изменили произведения Жуковского. Романтические баллады соединили пафос интимности и поэтической древности. Древность стала предметом непосредственного, чувственного осязания и, отсюда, лирического переживания. Соединяясь с далекими культурными почвами, поэт с помощью мечты, то есть интуитивного проникновения, осваивает язык и дух соответствующих поэтических школ. Древность и волшебство стали предметом непосредственного, чувственного осязания и, отсюда, лирического переживания. Поэтический предшественник становился духовным прообразом и почти двойником.

Уже в конце 1810-х годов вокруг поэзии Жуковского развернулась острая полемика. Критики обвиняли поэта в надуманности и отсутствии натуры. Вяземский упрекал Жуковского в однообразии: "...Жуковский слишком уже мистицизмует, то есть слишком часто обманываться не надобно: под этим туманом не таится свет мысли... Он так наладил одну песню, что я, который обожаю мистицизм поэзии, начинаю уже уставать... Поэт должен выливать свою душу в разнообразных сосудах, Жуковский более других должен остерегаться от однообразия: он страх как легко привыкает" [8, 29].

Знаменательно в этом плане наблюдение О. Проскурина о том, что критика была вызвана избытком не столько спиритуальности лирики Жуковского, сколько умозрительности и рационализма [5, 51 – 52]. Доводя до высшей точки лирическое переживание обретенной старины, Жуковский сакрализирует предмет своего переживания. Это делает однозначной и сверхважной мораль произведения. Сюжет становится иллюстрацией морали, максимальная ощутимость образа превращается в общее место, а баллада – в притчу.

Ко времени работы над "Русланом и Людмилой" отдаление самого Пушкина от "благоче-

стивых" баллад Жуковского только углубилось. Последний хотя и остается для автора его "музы ветреной... // Наперсник, пестун и хранитель" [6, т. 4, 50], тем не менее, удостаивается в IV песни похвалы сугубо иронической:

Поэзии чудесный гений, // Певец таинственных видений,

Любви, мечтаний и чертей, // Могил и рая верный житель... [6, т. 4, 50].

Пародирование "мистического" мотива преодоленного любовного искушения продолжается в "Руслане и Людмиле" и в описании похождений главного героя. Так, спасение Вадимом княжны из рук великана и возвращение с нею в Киев к старому князю комически обыгрывается в сцене, где Руслан, возвращаясь в Киев, преодолевает искушение овладеть уже спасенной, но спящей избранницей:

...Но юный князь,
Бесплодным пламенем томясь,
Ужель, страдалец постоянный,
Супругу только сторожил,
И в целомудренном мечтанье,
Смирив нескромное желанье,
Свое блаженство находил? [6, т. 4, 66].

Эта ирои-комическая версия подавленного вожделения, где опосредованно, через старших современников, Пушкин бурлескно обыгрывает искушение сиренами гомеровского Одиссея, типовая для героя элегий и спиритуально-эротических песен Жуковского: находить блаженство "в целомудренном мечтанье".

В этом контексте стоит отметить, что искушения Руслана, стойко преодолеваемые им ради верности Людмиле, прозрачно подразумевают скитания поэта по чужим поэтическим "нивам", которые не смогли, однако, отвратить его от избранной – легкой и небрежной – музы. В первую очередь, "искушения" связаны с романтизмом Жуковского и его сказочно-балладной поэтической атрибутикой: "севером", "лунной ночью", "седым туманом", богатырями, ведьмами, великанами, русалками и т. п.:

...Руслан
Свой путь отважно продолжает
На дальний север; с каждым днем
Преграды новые встречает:
То бьется он с богатырем,
То с ведьмою, то с великаном,
То лунной ночью видит он,
Как будто сквозь волшебный сон,
Окружены седым туманом,
Русалки ... [6, т. 4, 56].

За непреодоленным любовным искушением скрывается литературно-полемический подтекст этого мотива.

Поэма "Монах" впервые в пушкинском творчестве пародирует мотив, ставший затем центром литературной полемики с Жуковским в "Руслане и Людмиле": бес искушает праведника. Как известно, в "Руслане и Людмиле" именно монах сохранил "верное преданье" о похождениях Руслана. Финальная поездка Панкратия верхом на бесе в Иерусалим образно предвосхищает полет Руслана на бороде Черномора.

Источником, откуда юный Пушкин заимствовал основные элементы сюжета (в частности, поездку монаха на чёрте в Иерусалим и ряд других мотивов), является Житие Иоанна Новгородского, включенное в "Четьи Минеи" Дмитрия Ростовского. Однако фабула источника в поэме развернута. В "Житии Иоанна Новгородского" завязкой служит приручение героем беса, который только после путешествия в Иерусалим начинает его искушать. У Пушкина, наоборот, искушение отшельника бесом Молоком открывает поэму, а ее композиционно-смысловым итогом становится как раз поездка Панкратия в Иерусалим на плечах Молока. Ключ к пониманию смысла этой поездки лежит именно в характере молоковских искусов Панкратия. Прежде всего, следует уяснить, с кем из двух антагонистов поэмы – монахом или бесом – соотносит себя юный Пушкин.

С одной стороны, автор "Монаха" явно соотносит себя с образом беса. Эта связь задана уже хвалебным посвящением Вольтеру и его "кощунственной" "Орлеанской девственнице". Оканчивая первую песню известным панегириком юбке, подброшенной монаху бесом, рассказчик открыто противопоставляет себя своему герою именно в плане отношения к женщинам и любви:

...наш монах о юбке рассуждал
Не так, как я (я молод, не пострижен
И счастием нимало не обижен).
Он не был рад, что юбку увидал,
И в тот же час смекнул и догадался,
Что в когти он нечистого попался [6, т. 1, 12].

В повествовании автор показывается из-под маски Молока, сравнивая свой поэтический и живописный арсеналы эротических искушений. В начале III-ей песни рассказчик завидует Тициану, Корреджо, Альбани, Верне, Пуссену, Рубенсу, их совершенству в изображении женской прелести. Автор признается, что владей он "Корреджио искусством", то воспел бы с его помощью

свою избранницу Наталью в духе чувственной, ренессансной куртуазии, где духовный идеал неотделим от телесного:

...Представил бы все прелести Натальи,
На полну грудь спустил бы прядь волос,
Вкруг головы венок душистых роз,
Вкруг милых ног одежду резвой Тальи...
[6, т. 1, 15].

"Вкруг милых ног одежда резвой Тальи" – это и есть юбка Натальи, воспеваемая в предыдущей песни.

В то же время и отшельническая сцена, на которой разворачивается сюжет искушения, имеет вполне отчетливые предромантические декорации: "Уж темна ночь на небеса всходила, / /... Луна в окно Монаха осветила" [6, т. 1, 10]; "Проходит день, и вечер наступая // Зажег везде лампады и свечи" [6, т. 1, 12]; "Уж перестал Феб землю освещать; // Со всех сторон уж тени налетают [6, т. 1, 15]; "... Уж и луна мелькнула сквозь лесов" [6, т. 1, 15]. Это позволяет предположить, что пародийным адресом образа Панкратия выступали не только литературные староверы, но и Жуковский, уже удостоившийся к этому времени соответствующих "похвал" за свое увлечение мистико-религиозной темой в поэзии:

Вот Жуковский в саван длинный
Скутан, лапочки крестом,
Ноги вытянув умильно,
Черта дразнит языком,
Видеть ведьму воображает
И глазком ей подмигнет,
И кадит, и отпевает,
И трезвонит, и ревет [1, 298].

С другой стороны, мотивная связь искусительной юбки, подброшенной монаху бесом, и возникший образ Натальи недвусмысленно связывает автора с образом главного героя. "Монах" как хронологически, так и мотивно наследует посланию "К Наталье" (1813) – первому известному сочинению Пушкина. Оба произведения были обращены к лицейскому кругу друзей Пушкина, которые, естественно, должны были оценить их преемственность. В финале послания "К Наталье" Пушкин шутливо признается ей в своем монашестве: "Взглянь на окна загражденны, // На лампады там зажженны... // Знай, Наталья! – я... монах!" [6, т. 1, 7]. В финале I песни автор предстает не искусителем, а искушаемым:

...О юбка! Речь к тебе я обращаю...
...Одушеви перо мое, любовь!
...как Филон, за Хлоей побежав,
Прижать ее в объятия стремится,
Зеленый куст тебя вдруг удержав...
Она должна, стыдясь остановиться.
Но поздно все, Филон, ее догнав,
С ней на траву душистую валится,
И пламенна, дрожащая рука
Счастливого любовью пастуха
Тебя за край тихонько поднимает...
Она ему взор томный осклабляет,
И он... но нет; не смею продолжать.
Я трепещу, и сердце сильно бьется...
[6, т. 1, 11 – 12].

Одна и та же юбка выступает орудием бесовского искуса и метонимически замещает любовный идеал автора. В первом случае она рождает сладостные воспоминания, во втором – насылает на отшельника совершенно аналогичный по содержанию бесовски-искусительный сон. Таким образом, в роли искушаемого монаха выступает сам автор, а самим искушением – первая любовь беспечного прежде монаха-отшельника.

При этом, в описании жизненных услад, обещаемых монаху бесом, проступает очевидная пародия Пушкина как на петербургскую светскую жизнь вообще, так и на свою, и арзамасского круга в частности:

"...доволен будешь мною,
Богатства все польют к тебе рекою,
Как Банкова, я в знать тебя пущу,
Достану дом, куплю тебе кареты,
Придут к тебе в переднюю поэты;
...Сниму клобук, по моде причешу.
Все променяв на длинный фрак с штанами,
Поскачешь ты гордиться жеребцами...
...Поедешь ты потеть у Шиловского,
За ужином дремать у Горчакова,
К Нарышкиной подправливать жилет.
Потом всю знать (с министрами, с князьями
Ведь будешь жить, как с кровными друзьями)
Ты позовешь на пышный свой обед"
[6, т. 1, 16].

Сулимые бесом занятия и развлечения сродни тем, что владеют собратом Пушкина по "Арзамасу" А. Тургеневым (арзамасское прозвище – "Эолова арфа"), который жил "среди веселий и забот" [6, т. 2, 38]. Лицейский друг Горчаков:

Питомец мод, большого света друг,
... харит любовник своевольный,
Приятный льстец, язвительный болтун,
По-прежнему остряк небогомольный,
По-прежнему философ и шалун...
[6, т. 2, 38].

"Бесовский" подтекст получают "суеты" большого города, сатирически описываемые в лицейской поэзии Пушкина ("Послании Галичу", "Сон", "Городок", "К Дельвигу").

Это дает основания предполагать, что в противостоянии Молока и Панкратия предвосхищаются противоречия как самого пушкинского круга (лицейского и литературного), так и исповедуемого им "анакреонтического" подхода к жизни и искусству. "Подлинной" анакреонтике угрожают, с одной стороны, "публичность" – столичные тщеславие и суета, а с другой стороны, увлечение мистицизмом, которое выросло из воспринятого анакреонтикой пафоса отшельничества и воплотилось в лирике Жуковского. Именно этот полемический мотив программно развернется в "Руслане и Людмиле". Однако эта литературная полемика, как и породившая ее арзамасская эпоха, осознается автором "Руслана и Людмилы" поэтическим прошлым. Более того, в Эпилоге автор, уже не скрывающий своего реального лица, видит свое и общее арзамасское прошлое невозвратным, *историческим* прошедшим. Арзамасская эпоха и ее внутренние противоречия исчерпывают для Пушкина свой исторический смысл с окончанием "Руслана и Людмилы" и прощанием с Петербургом. С этой эпохой, очевидно, уходит в прошлое и литературно-полемический подтекст мотива любовного искушения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воейков А. Ф. Дом сумасшедших / А. Ф. Воейков // Поэты 1790 – 1810-х годов. – Л.: Сов. писатель, 1971. – С. 229 –3 05.

2. Жуковский В. А. Сочинения: в 3 т. / В. А. Жуковский. – М.: Худож. лит., 1980. – Т. 1.– 438 с.

3. Карамзин Н. М. Избранные сочинения: в 2 т. / Н. М. Карамзин. – М. — Л.: Худож. лит, 1964. – Т. 2 – 591 с.

4. Кошелев В. А. Первая книга Пушкина: О поэме "Руслан и Людмила" / В. А. Кошелев. – Томск: Водолей, 1997. – 224 с.

5. Проскурин О. А. Поэзия Пушкина, или Подвижный палимпсест / О. А. Проскурин. – М.: Новое литературное обозрение, 1999. – 462 с.

6. Пушкин А. С. Полное собрание сочинений: в 19 т. / А. С. Пушкин. – М.: Воскресенье, 1994 – 1997. – Т. 1. – 463 с.; т. 2. – кн. 1. – 568 с.; т. 4. – 514 с.

7. Стенник Ю. В. О роли национальных поэтических традиций XVIII века в поэме А. С. Пушкина "Руслан и Людмила" / Ю. В. Стенник // Русская литература. – № 1. – 1968. – С. 107–122.

8. Тынянов Ю. Н. Пушкин и его современники / Ю. Н. Тынянов. – М.: Наука, 1968. – 424 с.

Рецензент – Л. Е. Кройчик.

Статья принята к печати 10.10.2006.

КОГНИТИВНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

© 2007 М.Ю. Шевченко

Борисоглебский ГПИ

В лингвоконцептологии целью использования экспериментальных методик является максимально полное выявление когнитивных признаков исследуемого концепта.

Нами были проведены свободный и направленный ассоциативные эксперименты с целью выявления содержания концепта "культурный" в русском языковом сознании. В настоящей статье приведем только результаты приведенного исследования – выявленные когнитивные признаки исследуемого без указания количества ассоциатов, которыми они объективированы, и перечня ассоциатов, значение которых обобщено в ходе когнитивной интерпретации [1].

В свободном ассоциативном эксперименте участвовали 613 информантов (мужчин – 283, женщин – 330). Возраст опрашиваемых—от 18 до 78 лет.

Испытуемым предлагалась следующая инструкция: "Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте, который проводится в научных целях. Перед вами список слов. Прочитав очередное слово, напишите рядом с ним первое слово или выражение, которое приходит вам в голову. Если сразу реакции на слово не возникло, ставьте прочерк. Работайте быстро, не задерживаясь, не задавая никаких вопросов экспериментатору. Пишите так, как вы думаете. Все ваши ответы будут правильными. Не возвращайтесь к уже прочитанным словам и не вносите исправлений в уже написанное. Укажите Ваш пол и возраст. Спасибо".

В качестве слов-стимулов в данном эксперименте использовались следующие 5 слов (они перечислены в том же порядке, в котором предлагались информантам): *хаотичный, низкий, разумный, культурный, грубый*. Наличие дополнительных слов-стимулов *хаотичный, низкий, разумный, грубый* преследовало цель камуфлирования целевого концепта эксперимента.

При обработке результатов эксперимента учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные.

Всего было получено: первых реакций—594, разных реакций—137, единичных—78, отказов—19.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

КУЛЬТУРНЫЙ 613: человек 153, вежливый 55, образованный 47, воспитанный 39, интеллигент 12, работник 11, мужчина 10, книга, образование, театр 9, интеллигентный, правильный, умный 8, начитанный 7, диалог, отдых, центр 6, искусство, обходительный, порядочный, учитель 5, аккуратный, добрый, интеллект, мальчик, профессор, фонд, хороший 4, гражданин, диплом, досуг, обходительность, революция, уровень, язык 3, вежливость, вечер, вопрос, воспитание, галстук, добро, добропорядочный, знающий нормы поведения в обществе, институт, музей, образ жизни, поэт, приятный, разговор, ребенок, спор, стихи, с хорошими манерами, цивилизованный, честный, чистота, этикет 2, академик, аккуратность, античность, болван, вид, внимательный, высокоразвитый, выставка, голос, город, гостеприимный, джентльмен, дипломат, директор, дисциплинированный, дом, женщина, кино, клуб, красивый, мероприятие, милый, Миша, мужчина с усами, музыка, начальник, нравственность, не плюется, не хамит, обмен, общительный, опрятность, опрятный, ответ, отличник, парк, педагог, пианино, пиджак, поход, правильный лексикон, правильно воспитанный, праздник, президент, преподаватель, пример для всех, примерный, продавец, произведение, ребята, редкий случай, скромный, словарь, слой общества, смокинг, собеседование, соблюдающий правила этикета, специалист, студент, субъект, телевидение, тон, уважаемый, уважение, уважительный, удивление, умственно развитый, ученик моего класса, ученый, фильм, фрак, характер, хорошо воспитанный, хорошо обращается, художник; Чехов, чиновник, я 1; отказы–19.

Результаты эксперимента были подвергнуты когнитивной интерпретации. В результате были выявлены когнитивные признаки концепта, которые были упорядочены по степени яркости (которая определялась пропорционально количеству испытуемых, объективировавших в эксперименте данный когнитивный признак: .

Человек 197
Вежливый 71
Образованный 70
Воспитанный 64
Интеллигентный 31
Посещает учреждения культуры 27
Деликатный 25
Хорошо говорит 18
С книгой 17
Явление 17
Умный 15
Эталонно ведет себя 14
Организация 10
Добрый 8
Порядочный 8
Нравственный 7
Работает преподавателем 7
Ученый 6
Аккуратный 5
Красиво одет 5
Мероприятие 5
Хороший 5
Имеет диплом 3
Общительный 3
Опрятный 3
Проявляется в музыкальной деятельности 3
Редко встречается 3
Соблюдает правила этикета 3
Внимательный 2
Всесторонне развитый 2
Имеет отношение к миру искусства 2
Не совершает грубых действий 2
Распространен в городе 2
Ответственный 2
Пользуется уважением 2
Поэт 2
Приятный внешне 2
Цивилизованный 2
Эстет 2
Вежливо отвечает 1
Красивый внешне 1
Мужчина с усами 1
Отличник 1
Плохой 1
Президент 1
Проявляется в особом тоне речи 1
Умеет принимать гостей 1
Дипломатичный 1

НАПРАВЛЕННЫЙ АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

В направленном ассоциативном эксперименте участвовало 814 информантов (398 мужчин и 416 женщин). Возраст опрашиваемых – от 17 до 84 лет. Большая часть испытуемых среднего возраста (от 30 до 60 лет), что позволяет судить о современном состоянии русской национальной концептосферы в сознании активного, трудоспособного населения.

Опрашиваемым предлагалась следующая инструкция: “Вы участвуете в психолингвистическом эксперименте. Напишите, пожалуйста, первое пришедшее Вам в голову определение к слову “культурный”: *культурный – какой?* Долго не раздумывайте. Укажите свой пол и возраст”.

Получено 890 реакций. 19 испытуемых отказались выполнить задание. При обработке результатов учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные.

Всего были получены 902 реакции; разных реакций – 140, единичных – 45, отказов – 19.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

Культурный – какой? воспитанный 95, образованный 70, вежливый 53, соблюдающий правила и нормы поведения 51, грамотный 25, знающий правила этикета 22, обходительный 20, внимательный, добрый 18, учтивый 16, тактичный, умный 15, галантный 14, корректный, уважительный, хороший 13, всесторонне развитый 12, владеющий нормами литературного языка 11, деликатный, доброжелательный, интеллигентный, знающий правила поведения, любезный, общительный, отзывчивый 10, благонравный, остроумный, понятливый, цивилизованный 9, соблюдающий правила приличия, уважающий окружающих 8, благовоспитанный, благородный, заботливый, честный 7, без вредных привычек, веселый, знающий культуру своей страны, коммуникабельный, морально устойчивый, находчивый, негрубый, нравственный, приятный в общении, предупредительный, смекалистый, сообразительный, уважаемый в обществе человек 6, интеллектуальный, с которым приятно беседовать, общаться 5, великодушный, готовый помочь в любую минуту, духовно богатый, душевный, правильный, умеющий вести себя в обществе, в различных ситуациях 4, знающий историю своей страны, знающий нормы морали, интересный в общении, интересующийся искусством, милый, одетый со вкусом, порядочный, умеющий найти общий язык, умеющий сблизиться с людьми, уступающий место в транспорте, эстетически воспитанный 3, благодарный,

верующий, замечательный, искренний, надежный, не обижающий других, не использующий нецензурных выражений, никогда не позволяющий себе сказать в адрес другого человека что-либо нехорошее, обидное; опрятный, оставляющий о себе хорошее впечатление, относящийся к культуре данной страны, относящийся с уважением к предкам, положительный, приличный, просвещенный, религиозный, с богатым внутренним миром, сдержанный, сердечный, смелый, соблюдающий традиции своей страны, соответствующий нормам морали, спокойный, умеющий себя подать, у которого есть чему поучиться; уравновешенный, хороший друг, эрудированный 2, бесконфликтный, гармоничный во всех отношениях, достойный звания "личность", знающий правила общения, идущий в ногу со временем, испытывающий уважение к женщине; когда ученик не выкрикивает с места, а поднимает руку; который не стесняется извиниться, если сделал что-то плохое; которому радуется душа, ласковый, лояльный, любящий классическую музыку, любящий свою Родину, не бросает бумажки на газон, не дерется, нежный, не сквернословит, никогда не выставляет напоказ слабые места других, никогда не ударит другого человека, нонсенс нашего времени, обладающий внутренней культурой, обладающий достаточными познаниями в области мировой культуры, образ жизни у человека очень хороший, ответственный за свои поступки, относящийся к искусству, посещающий театры, прекрасный, правдивый, пунктуальный, рассудительный, сейчас такого нет, скромный, соблюдает культурность в разговоре, справедливый, уважающий мнение окружающих, умеет всегда помочь, умеет скрывать то, о чем думает; умеющий держать себя в руках, умеющий общаться, умеющий поддерживать разговор на любую тему, умеющий признавать свои ошибки, умеющий ценить человеческие взаимоотношения, человек с большой буквы, человек с высшим педагогическим образованием, человечный 1.

Когнитивная интерпретация результатов эксперимента позволяет говорить о следующих когнитивных признаках, объективированных в эксперименте:

Воспитанный 111
Образованный 73
Вежливый 69
Знает и соблюдает правила и нормы поведения 66
Умеет проявлять заботу, внимание 58
Грамотный 36
Умный 29
Добрый 28
Знает правила этикета 25
Всесторонне развит 14
Любит шутить, имеет веселый нрав 15
Хороший 15
Великодушный 4
Не совершает некультурных действий 11
Без вредных привычек 6
ответственный
проявляет ласку и нежность
религиозный 4
смелый 2
богатая нравственная сущность
любит и умеет общаться 41
умеет находить выход из ситуации 18
интерес к своей стране 14
интерес к культуре и искусству 12
рассудительный 1
красиво одевается 3
опрятный 2
нравственный 27
справедливый 1
удовлетворяет основным требованиям цивилизованного общества 52
уравновешенный 16
отсутствие в современном обществе 2
милый 3
уважает окружающих 11

Дальнейшее описание концепта "культурный" предполагает обобщение результатов экспериментов, объединение их с результатами когнитивной интерпретации семантики единиц номинативного поля исследуемого концепта и моделирование концепта как полевой структуры – ядра и периферии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Когнитивная интерпретация результатов лингвистических исследований / И. А. Стернин // Новое в когнитивной лингвистике / Под ред. М. В. Пименовой. – Кемерово, 2006. – С. 155-163.

Рецензент – З. Д. Попова.
Статья принята к печати 15.11.2006.

СИМВОЛИЧЕСКИЕ ЛЕЙТМОТИВЫ В РОМАНЕ Б. ПИЛЬНЯКА “ГОЛЫЙ ГОД”

© 2007 Е.О. Шумилова

Воронежский государственный университет

Главным вопросом, поднятым в романе Пильняка “Голый год”, является вопрос о выборе пути для России. Следует заметить, что эта тема как нельзя более полно отражена в произведениях писателей 20-х годов прошлого века, чему способствовали сложившиеся исторические обстоятельства и перспективы, которые открыла перед страной революция и гражданская война. Основным вопросом, поставленным в произведении, соответственно, является вопрос об исторических и национальных корнях произошедших изменений и о том, каковы итоги свершившихся событий.

Прежде чем обратиться к анализу самого романа, следует заострить внимание на заглавии и двух эпиграфах к нему, так как именно в них в свернутом виде дана основная концепция произведения.

Уже в самом названии “Голый год” заложены параметры хронотопа всего произведения: емкая временная составляющая “год” изначально несет в себе значение полноты, предельно выраженную событийность. Однако прилагательное “голый” сводит эту наполненность и событийность фактически к нулю и задает параметры открытости, обнаженности, конечности и одновременно изначальности. Таким образом, уже из заглавия произведения явствует, что события, разворачивающиеся на страницах романа, при всей своей полноте, многообразии, являются для автора всего лишь прологом, началом. А это, в свою очередь, делает одним из самых существенных момент создания, сотворения, проявления основ, момент выбора в условиях предопределенности, о чем, собственно, в завуалированном виде и гласит первый эпиграф: *“Каждая минута клянется судьбе в сохранении глубокого молчания о жребии нашем, даже до того времени, когда она с течением жизни нашей соединяется; и тогда, когда будущее молчит о судьбине нашей, всякая проходящая минута вечностью начинаться может”*[6, 327]. Вторым же эпиграфом к роману, взятым из поэмы Блока, Пильняк задает тон еще двум тематическим направлениям в романе: теме пути и концепту памяти об этом пути. Вокруг них группируются основные мотивы и лейтмотивы “Голого года”.

В центре романа “Голый год” – жизнь в страшном и голодном 1919 году условного провинциального города Ордынина, который символически расширяется до общерусских масштабов: *“Город же лежит за тысячу верст ото всюду”*[6, 338], – это же подтверждается и названием города, восходящему к слову “орда”. Согласно словарю В. И. Даля, *“орда — кочующее племя, часть кочевого народа”* [2, 690] и в то же время *“зыбучие болота, трясина”*[2, 690]. Таким образом, город представляет собой некое глухое, заброшенное пространство, могущее быть в любой части России.

Уже на первой странице произведения дано деление истории Ордынина на два временных отрезка: время до революции, представление о котором дает описание карикатурного, но вполне упорядоченного быта, и время после нее, когда происходит его разрушение. О том, что оно происходит, говорит исчезнувшая надпись на вратах города:

Спаси, Господи,
Град сей и люди твоя
И благослови
В ход воврата сии [6, 327].

Исчезновение надписи свидетельствует, во-первых, о том, что город обречен на гибель, а во-вторых, и это наиболее важно, о происходящих изменение приоритетов в жизни города и горожан. Разрывается тонкая связь в цепочке Человек-Бог-Вечность, и, как следствие, утрачиваются такие понятия, как Дом и Семья, а это, в свою очередь, ведет к уничтожению преемственности между поколениями и утрате национальной самобытности. Об уничтожении последнего с осо-

бой выразительностью свидетельствует трансформация образа леса.

Обратим внимание на то, что пространство города символически отделено от окружающего его пространства лесом: *"Город же лежит в лесах. Лес иной раз гогочет и стонет, иными летами горит. Проселки, — ползут-вьются проселки кривой нитью, без конца, без начала. Иному тоскливо идти, хочется пройти попрямее – свернет, поплутает, вернется на прежнее место"*[6, 338]. Согласно словарю символов Тресиддера, *"лес – Карла Юнга – символ бессознательного и его опасностей, но в некоторых традициях – образ убежища. В европейском фольклоре и волшебных сказках лес – место тайн, опасностей, испытаний или посвящений. В соответствии с азиатской традицией, лес – убежище от мира, где можно погрузиться в созерцание и духовное совершенствование"*[3, 193]. На наш взгляд, Пильняку близок последний тип восприятия данного образа. Для него лес, прежде всего, – защита от посторонних влияний, место, где наиболее полно сохраняется народная самобытность. Не случайно говорит он о том, что *"идут по лесному проселку с негромкими песнями: иному те песни – тоска, как проселок. Ордынин родился в них с ними, от них"* [6, 338]. Это указывает на то, что дореволюционный Ордынин, при всей своей карикатурности, часть исконного, народного.

Являясь одним из ключевых, образ леса проходит через весь текст романа и наиболее полно проявляет свое значение в речи Сильвестра, рассуждающего о судьбах России: *"Посмотри на историю мужицкую: как тропа лесная – тысячелетие, пустоши починки, погосты перелоги – тысячелетие"*[6, 376]. Именно в этом размышлении кроется, по-видимому, одна из ключевых мыслей автора о значении революции. Революция, безусловно, сотворение, причем большинством героев она воспринимается с большой радостью и надеждой, точнее не она сама, а ее идея. Вот только чем старательнее автор пытается противопоставить эпоху Петра и эпоху революции, тем больше выявляется в них сходства. Революция сродни петровским преобразованиям: отрекаясь от старого, она посягает на основы национальной самобытности, пытается провести дорогу рядом с *"тропой лесной"*[6, 237].

Параллель между преобразованиями Петра и революцией легко проводится благодаря образу *"кожаных курток" "из русской рыхлой, корявой народности лучший отбор"*[6, 344]. Вспомним, что дворянство, возникшее при Петре, было лучшим "отбором из народности". Показательно, что к концу произведения Архипов начинает изъясняться на иностранном языке, а последствием революции становятся события, которые автор неоднократно характеризует как Смуту (смутные времена были в нашей истории сразу же после правления Петра).

Весьма отрицательно характеризует революцию традиционный для русской культуры образ железной дороги, которую провели через Ордынин. Несмотря на то, что появляется она в 1916 году, накануне революции, свое разрушительное воздействие на город железная дорога начинает оказывать уже позже, так как первым поездом, прибывшим в него, становится революционный, в нем приезжает Донат, *"полный ненависти и воли. ...Донат знал старое, и старое он хотел уничтожить"*[6, 337]. Характерно, что прибывший на поезде Донат не пошел к отцу, а, разрушив свое родовое гнездо, начал строительство Народного дома, т. е. места, принадлежащего всем. Это по смыслу противоречит самому существованию в городе, который, как неоднократно подчеркивает автор, населен *"обывателями"*(*"обыватель – житель на месте, всегдашний, водворенный, поселенный прочно, владелец места, дома"*[2, 637]). По сути, Донат разрушает идею самого города, т. к. первым делом уничтожает базарную площадь и соляные ряды (известно, что построение города всегда начиналось от рыночной площади). Еще более интересный факт выявляется при сопоставлении двух эпизодов романа: в начале повествования Донат разрушает соляные ряды, а затем выясняется, что город должен погибнуть, так как нет соли: *"Зимой дома замерзнут, – от какой-то соли!"*[6, 397].

Таким образом, вводя образ железной дороги и поезда, автор мыслит в традициях литературы 20-х годов. Т. А. Никонова считает, что *"образ движения актуализирует образ дороги, внося в традиционный хронотоп примету XX века. В центре художественной литературы становится железная дорога, соединяющая, рвущая пространство и человеческие судьбы, преобразующая жизнь, становясь началом странствия героя в мире, утратившем традиционные ценности — Дом, Семью"*[5].

Вслед за Донатом *"по новой дороге ползут мешочники, оспа и тиф"*[6, 337]. Следовательно, железная дорога вмешивается и в устоявшийся ход жизни, внося в нее элемент дисгармонии, неожиданной краткости бытия.

Следует отметить, что, являясь частью и одним из символических обозначений пути, железная дорога и движущийся по ней поезд предстают на страницах романа одной из форм, а точнее, тупиковых ветвей существования людей в постреволюционной России. Недаром описание поезда включено в главу о трех смертях. Заметим, что сама идея поезда – это западная идея, с его однонаправленным движением вперед, однако в

"Голом годе" в образе поезда явно смешиваются западные и восточные черты, так как его путь – это направленное движение, но движение по кругу в черной пустыне степей. Люди, находящиеся в этом поезде, теряют самое главное: связь со своими корнями (об этом говорит эпизод с бабой, которая, бросая уже имеющихся детей, рожает своего младенца вне поезда). Происходит подмена духовных ценностей (весьма прозрачна аналогия между двумя эпизодами романа: в Ордынине основным предметом обмена между людьми являются иконы, в селе Курдюм, куда и направляется поезд, целью обмена становится хлеб). На первое место выдвигаются чисто животные инстинкты, происходит "передел" личности*: "Человек думает о новом, необыкновенном братстве – упасть, подкошенному сном, прижаться к человеку, греть его и греться человеческим его телесным теплом", «...голова человека – "я" человеческое удвоено, утроено, удесятерено»* [6, 445]. Человек утрачивает связь с самим собой, становясь частью безликой массы, и это не дает ему права на личные, собственные мечты (не случаен здесь образ солдатки, покрытой сифилитической сыпью), так как не вправе мечтать о любви и продолжении рода человек, сгорающий последним румянцем чахотки.

Заметим, что в тех произведениях, где появляется образ поезда, как правило, присутствует образ человека, контролирующего его движение. В связи с этим отметим интересную особенность. Если, например, в романе Булгакова "Белая гвардия" рядом с поездом находится часовой, что, некоторым образом, вписывает поезд в общую временную ткань произведения, то в "Голом годе" – это не часовой, а дежурный. Он изначально лишь фиксирует моменты прибытия стихийно движущегося состава, а затем, с появлением революционных отрядов, делает головокружительную карьеру, становясь хозяином этого движения.

По-видимому, о тупиковости подобного существования косвенно говорит и надпись на пути поезда, которая раньше несла в себе информацию о единстве и преемственности человеческой жизни: *"Я был, кто есть ты, но и ты будешь тем, чем стал я"* [6, 455]. Теперь надпись утрачивает свой смысл, после того как часть ее оказывается занесена метелью (символическое воплощение стихийных сил революции). Если в начальном варианте эта надпись охватывала все периоды человеческой жизни и смерти (прошлое, настоящее и будущее), то в новом времени для будущего и настоящего заданного естественного порядка вещей нет места, от надписи остается коротенькая фраза *"Я был"* [6, 455]. По мнению В. П. Скобелева, *«"Я был" – это скорбно кричит о себе старая Русь»* [10]. В связи с вышеизложенным, обратим внимание на характеристики, применяемые автором по отношению к революции. Для него она воплощение метелей и майских гроз, что дает четкое представление о неоднозначном, двойственном ее проявлении и сути. Еще выпуклее представление о "пильняковской" революции становится при соотнесении ее характеристик и мировоззренческой позиции автора, высказанной в одном из писем: *"Так природа создала самою себя, что весной она нарождается, живет летом, замирает осенью и умирает зимой. В жизни человеческой два изначала – Рождение и Смерть, Весна и Осень Октября"* [7, 16]. Таким образом, революция для автора двуедина, является началом нового бытия и, одновременно, приводит к гибели. Поэтому не случаен вопрос автора: *"Впрочем, разве в революцию умирало только мертвое?"* [6, 435].

На страницах романа автор пытается решить один из сущностных вопросов, которым задавалась интеллигенция на протяжении веков: "Где искать истоки национального в России: в восточной или западной цивилизации?" В работе "Стилистика Б. А. Пильняка в контексте магических воззрений футуристов и конструктивистов", посвященной творчеству писателя, есть интересное утверждение: *«Если ребром поставить вопрос, к какой из двух "российских цивилизаций" принадлежит Пильняк – Северо-Западной, "петровской", или Северо-Восточной, "сибирской", – то и в отношении эстетическом, и в отношении идеологическом (Россия превыше революции, революция – освобождение старой России от несвободы, "неорганики" петровского проекта) он оказывается на стороне Северо-Востока"* [11]. На наш взгляд, это утверждение абсолютно верно: для Пильняка вопрос, волновавший десятилетиями русскую интеллигенцию, является серьезным, но не основным. Для него гораздо более важно выяснить, насколько сильно искусственно привитое рациональное западное и стихийное восточное повлияло на собственно русское, причем любое влияние он воспринимает как инородное, а следовательно, являющееся скорее злом, чем благом.

Из текста романа становится ясно, что для Пильняка история страны может быть разделена на три этапа: время до петровских преобразований (полуязыческая-полувосточная Россия), время до революции (западный путь развития – однозначно тупиковый) и время после нее. Характерно, что запад, согласно устоявшейся символике, *"символизирует сон, отдых, тайну смерти, в Северной Америке – Счастливые Охотничьи Земли, а в индоиранской, египетской и древнегреческой традициях – Царство Духов. В некоторых*

культурах символизм запада наполнен страхом. На западе находится, как считали в Северной Европе, море смерти – Пучина. Святой Иеремия считал, что на западе – сатана. Для многих африканских племен запад – это направление, в котором уходят души плохих людей после смерти"[3, 358]. Третий путь – это революция, путь между западом, т. к. запад породил войну, а война революцию, и востоком – *"...жернов революции смолол Ильинку – и Китай выполз с Ильинки, поползъ..."*[6, 340]. Восприятие востока всегда было амбивалентным в русской философской мысли: восток, согласно словарю символов, *"почти всегда символизирует воскрешение, новую жизнь. Это ключевое направление для большинства первобытных религий, и нет ничего удивительного, что на многих старинных картах наверху располагается именно восток, а не север. На востоке располагался китайский Небесный Дракон, ацтекский Крокодил-Создатель Мира"*[3, 359]. Современный исследователь П. Кузнецов высказал в статье "Евразийская мистерия" (1996) мнение, что *«в сознании отечественной интеллигенции десятилетиями складывалась своеобразная "мифология Востока", в которой можно выделить четыре грани: во-первых, традиционный образ Азии как грозного хаоса, панмонголизма, татарской орды; во-вторых, образ Востока, умещающийся в формулу китайской государственности, включающей в себя восточный деспотизм, созерцательность, пассивность, неподвижность, мироотрицание; в-третьих, образ, часто сливающийся со вторым – Восток как вечная угроза динамике мировой истории, "царство абсолютного мещанства" в противоположность динамичной Европе; в-четвертых, Восток как "царство архаики", "седой древности", традиции, что тождественно царству варварства, дикости и косности»* [4].

Как это ни покажется странно, но на страницах "Голого года" нашли воплощение противоположные точки зрения. Действительно, после революции Россия пошла по восточному пути развития, причем восток начинает давать знать о себе в истории страны с 1914 года, когда "в июле горели красными пожарами леса и травы, красным диском вставало и опускалось солнце, томились люди в безмерном удушии". Здесь следует обратить особое внимание на образ-символ солнца. Он, с одной стороны, напоминает красное, несущее смерть солнце китайских мифов *("китайцы символически выразили разрушительные аспекты солнечной мощи в мифе о том, как множество солнц разогрело землю до раскаленного состояния: десять солнц отказались нести свои небесные вахты по очереди и вышли светить одновременно. Характерная солнечная эмблема в Китае – красный диск с трехногим вороном"*[3, 350]), а с другой стороны, это солнце из Апокалипсиса, наказывающее за прегрешения, в частности (на уровне текста) за утрату любви, из-за слишком большой границы между людьми. Таким образом, уже здесь заложены два мотива произведения – восток-запад, и связанная с ними идея смерти, и возникающий на бытийном уровне мотив конца-начала, следствием которого становится появление темы спасения; последняя, в свою очередь, теснейшим образом слита с образом Богоматери, а точнее, с той мифологией, которая окружает этот образ. Мы не вправе говорить о реализации собственно христианской символики в романе, а лишь о ее отголосках. Сам Пильняк говорил: *"...люблю я Пасху язычески, как великий весенний праздник, как памятник великой Блудницы, зажигающей кровь в жилах"*[7, 17].

Эти же мотивы раскрываются и через анализ временных составляющих произведения. Прежде всего, стоит заметить, что время в романе задается сразу двумя параметрами: гармоничное время природы, которое изначально выражается образом солнца и зависящей от него сменой времен года: *"Над городом подымалось солнце, всегда прекрасное, всегда необыкновенное. Над землею, над городом проходили весны, осени и зимы, всегда прекрасные, всегда необыкновенные"* [6, 330], включая его в извечный круговорот бытия: рождение, взросление, старость и смерть. Здесь мы имеем дело с образом-символом "красна солнышка", восходящим к славянской мифологии. И неумолимый ход истории, параметры которого задают часы на соборе, каждые пять минут отмеривающие ее ход. После начала революции происходит изменение как в первой, так и во второй составляющей времени. На смену ласковому языческому солнцу приходит палящие солнце Апокалипсиса, что неизменно влечет за собой появление темы спасения. Впервые об этом говорит Зилотов, причем его идея спасения формулируется следующим образом: Олечка Кунц, красавица, девственница, должна соединиться с товарищем Лайтисом, представителем западной цивилизации, в алтаре церкви, и тогда Россия будет спасена. Причем, видимо, изначально Оленька мыслится ему как носительница исконно русского, которое он видит в революционерах. Однако все его посылы оказываются в корне не верны. Прежде всего, следует отметить произношение Оленьки, ее иностранный акцент, что начисто отрицает мысль об ее русскости, во-вторых, догадки о ее девственности оказываются лишь мифом, а это очень важно в контексте романа.

Согласно словарю символов, *"девственность – духовность и чистота, особенно, если это*

осознанно выбранное состояние. Непорочное зачатие внесло дополнительный оттенок сверхъестественного в этот символ чистоты. Оно предполагало возвращение к первоначальной пустоте, в которой творение было не ежедневным, а экстраординарным событием. Символизм Девы Марии как идеала материнства уникален как по своей природе, так и по своему высокому уровню"[3, 72]. Несомненно, история Девы Марии оказала влияние на формирование этого мотива в романе. При этом следует вспомнить, что сам христианский образ Девы Марии восходит к более ранним образам языческой мифологии, а именно к образу Матери Земли и связанному с ним культу плодородия. Это же подтверждается и мыслями самого писателя, которые он высказал в произведении "Третья столица": *"Образ богоматери создала Русь, душа народа, те безымянные иконописцы, которые раскиданы по Суздалям: богомать – мать и защита всех рождающих и скорбящих... Мне – художнику – богомать, конечно, только символ"*[8]. Следовательно, для Пильняка женская, материнская сущность и культовая чистота становятся символом возрождения и перерождения Руси. С девственностью Оленьки связывает Зилотов надежду на сотворение новой России, которой поклонятся все великие державы, именно этот союз должен вернуть гармонию между человеком и Вселенной, об утрате которой говорится еще в начале романа. Автор отказывает Зилотову в осуществлении его мечты именно потому, что это мечта о великом государстве, которая противоречит национальной самобытности. Отказано в спасении и семье Ордыниных, отношение к которой у автора довольно сложное: с одной стороны, он осознает, что гибель ее неизбежна, а с другой – представители именно этой семьи являются проводниками основных идей автора. О том, что семья обречена, весьма явственно говорит множество деталей текста. Прежде всего, это временной промежуток, в котором они существуют. Здесь следует привести весьма точное наблюдение А. А. Трубиной за пространственно-временной структурой произведения: *"Минута – год – года – века – тысячелетия – каждая из этих единиц времени получит в романе конкретное образное воплощение"*[12, 10]. Заметим, что семья Ордыниных существует в сложном временном пространстве: параметры их жизни задают явно европейские часы с пастушками, часы с кукушкой – *"Азия"* и башенные соборные часы (символизирующие ход истории), причем первые двое явно отстают от последних. Ордынины, совмещая в себе восточное и западное начала в их худших проявлениях, явно не поспевают за ходом истории. *"Сочетание русских имен (Глеб, Борис и др.) и азиатской фамилии героев (Ордынины) воплощает антиномию восточного и западного начал в истории России"*[12, 11], – замечает А. А. Трубина. Ордынины оказываются вне гармоничного времени вселенной, не случайно автор говорит, что, когда в доме была зима, на улице распускалась весна.

По мнению представителей семейства, они наказаны за то, что потеряли веру, неспособны к любви (в высоком смысле), и, вследствие болезни, не способны к зарождению нового. Семья Ордыниных, за исключением Натальи, больна венерической болезнью (название которой происходит от Венеры, персонификация богини Иштар, одна из самых великих богинь-девственниц, что опять же выводит нас к образу Богоматери), а Глеб, один из братьев, закрывает от остальных членов семьи образ Богородицы, потому что утеряна ими чистота и семейные связи, которые могли бы помочь им в возрождении или в продолжении существования.

Женскую природную сущность имеет для Пильняка и сама метельная революция: *"Метель у Пильняка природное, стихийное"*, – отмечает И. Шайтанов [13]. Не случайно ощущение революционных изменений писатель характеризует при помощи образа солдатки: *"Дом, старые дни, старая жизнь, – навсегда позади, – смерть им. И дни в зное – как солдатка в сарафане, в тридцать лет"*[6, 385], и в конце – *"Серыми сумерками солдатка в тридцать лет (сладко ночами целовать такую солдатку!) останавливает человека, сгорающего последним румянцем чахотки"*[6, 453]. На животе женщины сифилитическая сыпь. Мотив чистоты и девственности проявляет себя и в эпизоде с поездом: какой бы гнусной не выглядела торговля живым товаром, люди, едущие в поезде, видимо, осознают, что если они принесут в жертву чистоту юных девушек, то надежды у них просто не будет.

Если мы вернемся к наблюдениям за временной составляющей романа, то сможем заметить и явный разрыв между временем в доме Архипова и временем природы: часы Архипова опережают солнечные *("пришел в пять, то есть в полчаса третьего по солнцу"*[6, 354]*)*, что выводит его и совершаемые им действия за пределы гармонии, а для него самого делает непонятным слово "уют" и нивелирует представление о доме и семейных ценностях. Союз с Натальей – не любовный союз, а лишь дело, итогом которого должно стать появление ребенка (что опять же оказывается немаловажно, если учесть, что автор отказывает в этом людям, едущим в поезде, и вымирающей семье Ордыниных). Заметим также, что путь Архипова в революцию начинается с разрушения семейных уз: именно в тот самый день, когда он пишет бесстрашное слово *"расстрелять"*

[6, 353], лишает себя жизни его отец, тем самым разрывая связующую нить между поколениями. Этот момент становится тем более важен, если мы заострим внимание на имени героя, которого зовут Архип Архипов. Фамилия Архипов по образованию восходит к имени Архип (иными словами, принадлежащий Архипу) и, следовательно, является не просто семейной, но родовой. Таким образом, смерть отца, которая является некоторым образом возмездием за поступок сына, разрушает не только горизонтальную составляющую человеческой жизни – семью, но и вертикаль – род. Надежда на возрождение которого появляется лишь к концу романа, причем в совместном ребенке Архипа и Натальи должно произойти восстановление двух родов, Ордыниных и Архиповых. Именно тогда время сможет замкнуться в своей целостности.

Не вписывается в историческое время и комитет бедноты, расположившийся в усадьбе Волковича, о чем свидетельствует уничтожение ими часов с одной стрелкой, работы мастера XVIII века (это важно, так как для автора идеалом является именно XVIII век), показывавших время *"каждые пять минут"* [6, 441]. Да и сам председатель Колотурнов оказывается вырванным из гармонии народной среды, теряет свой собственный дом и семью.

Время меняется не только в жизни отдельных людей, но и в целом в пространстве страны, изображенной автором. Солнце, как уже упоминалось, приобретает новые качества, а вместе с ним происходит и нарушение гармоничного природного цикла: каждое из подпространств романа начинает жить в своем временном отрезке: *"Белые ушли в марте – и заводу март. Городу же (городу Ордынину) – июль, и селам и весям – весь год. Впрочем, – каждому – его глазами, его инструментовка и его месяц"* [6, 340]. Нарушается гармоничная связь в вертикальной парадигме Небо-Земля: *"Знойное небо залито голубым и бездонным, церковки, монастырские переходы, дома, земля – горят"* [6, 341]. *"Церковь Николы, что на Белых-Колодезях, сложена из белого известняка... Некогда здесь был монастырь, теперь осталась белая церковь, вросшая в землю, поросшая мхом, с острой крышей покосившейся и почерневшей – погост Белые-Колодези"* [6, 386].

После весны наступает палящее лето и душная осень, и существование в нем длится необычно долго вплоть до Алешкиной и Ульянкиной свадьбы, которая имеет символическое значение и о которой повествует последняя глава романа. В письме М. Горькому Б. Пильняк утверждал: *"Последняя глава романа развязывает весь роман, весь роман построен на ней, на ней"* [7, 91]. Согласно словарю символов, *«свадьба – обряд посвящения, который, начиная с наиболее древних обществ, был наделен священным значением. Свадьба символизировала приближение к божественному состоянию целостности – союзу между противоположными началами, мужским и женским, призванному создать и сохранить новую жизнь. Представленные в мифах и изобразительном искусстве "браки" основных противоположностей также символизировали преемственность космического порядка, плодоносности природы, процесс, в котором человеческие браки становились важны как в религиозном смысле, так и в социальном»* [3, 319]. Эпизод свадьбы тематически создает кольцевую композицию романа. Наконец-то наступает зима, сама свадьба. Как и в дореволюционные и в допетровские дни она играется, согласно православному календарю, между Покровом и Святками, на небе взамен палящему солнцу появляется луна (изначально ассоциируется со смертью, например, освещая лицо Бориса *"зеленоватым светом"* [6, 362]), меняющая свое символическое значение. *"Изобилие, циклическое обновление, возрождение, бессмертие, оккультная сила, изменчивость, интуиция и эмоции. Появление и исчезновение лунного диска и впечатляющие изменения его формы привели к тому, что луна стала выразительным космическим образом земных циклов в животном и растительном мирах (рождения, роста, старения, смерти и возрождения"* [3, 205], восстанавливая гармонию людского существования.

Интересно отметить, что молодую чету соединяет, с одной стороны, языческий заговор; с другой – молитва, икона Казанской, с присущими Деве Марии атрибутами *("голубь и лунный серп, тонкий серп новой луны символизирует непорочное зачатие, как, например, в христианских изображениях Девы Марии с молодой луной у ее ног (Откровение, 12:1))". "Меркнущей свечой светил над крышей месяц... и в лунный свет вышла Ульянка. Первый раз почуял в этот вечер Алешка бабу без игры"* [3, 207]. Здесь Ульянка функционально сближается с голыми девушками, бегущими к раскопкам на лысом холме Увек (у Пильняка раскопки не случайно ведутся на лысом холме, согласно поверьям именно на таких холмах проводились культовые обряды плодородия). Эти девушки, по словам Баудека, *"оберегают свою землю, заговаривают своим телом и чистотой"* [6, 395]. Более того, Ульянка берет на себя функцию непорочной девы, точнее, становится персонификацией обобщенного образа Праматери земли, из языческого культа, и девы Марии. Именно в этом образе преломляется и примиряется восточная и западная составляющая русской души. Восстанавливается духовное звено в цепочке Человек-Бог-Вселенная.

Потому что сама свадьба, которая *"идет, как канон, расшитая песнями, ладом, веками и обыком"* [6, 475], оказывается тем самым актом сотворения, совершенствования, установления гармонии, тем единственным путем для России, путем через себя и к себе, который не могут изменить ни преобразования Петра, ни революция. Итогом произведения становится притча о лесе, который стоит, как Илья Муромец, и который не могут победить злые метели.

Как бы ни пытался автор на уровне текста сопоставить и наложить друг на друга идеи революции и возрождения национального, анализ символических лейтмотивов приводит нас к противоположным выводам, которые отчасти совпадают с точным наблюдением А. Воронского: *«Кожаные куртки и Русь XVII века. Это из двух эпох. Вместе им не ужиться. Одни "энергично фукцируют", пуская заводы, которые "нельзя пустить", говорят о тракторах и электрификации, другие живут, как птица, как дерево, зоологической, в сущности, жизнью – с лешими, домовыми, наговорами"* [1].

Таким образом, автор дает понять, что революция сама по себе закономерный исторический процесс, но не как возрождение народности, что утверждает большинство исследователей, а некое событие, помогающее выявлению вневременных корней (основ) этой народности. Любой социальный катаклизм "обнажает" первоосновы национальной самобытности. Сама же революция подобна сказочной живой воде, которая направляет всякое движение сказки по совсем иному пути, дает силы уже имеющемуся, но ни в коем случае не претендует на изменение исконного миропорядка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воронский А. Пильняк / А. Воронский // Искусство видеть мир: портреты, статьи. – М.: Советский писатель, 1987. – С. 233-257.

2. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль // Толковый словарь: В 4 т. – М., 1989. – Т. 2.

3. Джек Тресиддер. Словарь символов / Тресиддер Джек. – М.: Изд-во "Гранд", 1999. – 444 с.

4. Кузнецов П. Евразийская мистерия / П. Кузнецов // Новый мир. – 1996. - № 2. – С. 163-187.

5. Никонова Т. А. "Новый человек" в русской литературе 1900–1930-х годов: проективная модель и художественная практика: Монография / Т. А. Никонова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. – 233 с.

6. Пильняк Б. Голый год / Б. Пильняк // Повесть непогашенной луны: рассказы, повести, роман. – М.: Изд-во "Правда", 1990. – С. 327-478.

7. Пильняк Б. Мне выпала горькая слава... Письма 1915–1937 / Б. Пильняк. – М.: Изд-во АГРАФ, 2002. – 400 с.

8. Пильняк Б. Третья столица / Б. Пильняк // Третья столица. Сборник произведений. – М., 1992. – С. 141-142.

9. Русская литература XX века: учеб. пособие / Под общей ред. Е. Г. Мущенко, Т. А. Никоновой. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1999. – 800 с.

10. Скобелев В. П. Масса и личность в русской советской прозе 20-х годов / В. П. Скобелев. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1975. – 342 с.

11. Стилистика Б. А. Пильняка в контексте магических воззрений футуристов и конструктивистов. – (http//www. mumidol. ru/taiga/hil, htm).

12. Трубина Л. А. "Главная глава истории – в России". Образ времени в творчестве Бориса Пильняка / Л. А. Трубина // Литература в школе. – 2006. - № 4. – С. 9-13.

13. Шайтанов И. Когда ломается течение (Исторические метафоры Б. Пильняка) / И. Шайтанов // Вопросы литературы. – 1990. – июль. – С. 35-74.

Рецензент – Н. А. Молчанова.

Статья принята к печати 22.11.2006.

ЖУРНАЛИСТИКА

ИСТОРИКО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТЕАТРАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ В РОССИИ ОТ ЕЕ ЗАРОЖДЕНИЯ ДО КОНЦА XIX ВЕКА

© 2007 В.В. Борзенко

Газета «“Аргументы и факты” на Дону»

В данной статье предпринимается попытка создания историко-типологического обзора театральных журналов России от возникновения самых первых изданий до конца XIX в. Согласно данным библиографического указателя В. Вишневского “Театральная периодика” (ч. I. 1774–1917. – М.-Л.: Искусство, 1941), в России до 1917 г. издавалось в общей сложности 384 специальных журнала в области театра.

Театральная периодика до революции выпускалась в 30 городах. Подавляющее большинство журналов и газет (140) выходило в течение всего периода в Петербурге и свыше 20 % (90) – в Москве. Далее по числу театральных изданий идут Одесса (29 наименований), Киев (21), Харьков и Тифлис (по 12 журналов), Ростов-на-Дону (8), Нижний Новгород (3). В 16 городах издавалось по одному или двум журналам.

Обычно издания театральных журналов сосредотачивались в региональных культурных центрах, где складывались традиции сценического искусства. В XIX в. лучшие постоянные театры формировались в университетских городах, в набирающих силу средоточиях торговли и промышленности в Поволжье и на юге страны: Харькове, Казани, Киеве, Одессе, Воронеже, Нижнем Новгороде, Астрахани, Саратове, Новочеркасске. В 1860-х гг. выдвинулся русский театр в Вильне, Тифлисе, а также в Ростове-на-Дону.

Крупнейшие антрепризы обслуживали в течение года по нескольку пунктов. Харьковская труппа ежегодно выезжала на ярмарочный период в Екатеринослав, Полтаву и Курск, Таганрогская обычно снимала театр в Ростове-на-Дону, а с учреждением в Ростове-на-Дону постоянного театра его труппа играла еще в Новочеркасске. Ярославская давала спектакли летом в Рыбинске, зимой – в Вологде. Одесская совершала гастрольные поездки в Симферополь, Керчь, Кишинев, Николаев. Этот процесс влиял на развитие театральной культуры, а возникающая конкуренция между театрами становилась основой для издания специальной периодики.

Например, в начале XX в. театральные издания значительное распространение получили в Харькове, т. к. харьковская сцена была одной из лучших в провинции. В 1912–1913 гг. здесь издавалось единовременно 5 журналов и газет: “Последние новости сезона”, “Вестник опер”, “Мир артистов”, “Театральная газета”, “Театральный курьер”. В них публиковались программы спектаклей, новости сезона, информация о гастролях и антрепризах.

Журналы, которые анализируются ниже, рассматриваются нами исходя из их целевого назначения.

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ТЕАТРАЛЬНЫХ ЖУРНАЛОВ В РОССИИ

Театральные зрелища, носившие придворный характер, были известны в России с 1672 г. и устраивались при дворе царя Алексея Михайловича. Спектакли были религиозными по сути, но к началу XVIII века в них появилась политическая окраска. Как и многое в России, это было прямым следствием деятельности Петра I, распорядившегося развернуть и школьный театр в сторону важнейших политических событий, а позднее буквально обязавшего Духовным регламентом 1721 г. разыгрывать комедии “во всякое подходящее время”.

При Петре I появляются публичный театр на Красной площади; первые частные театры, дававшие представления в балаганах; усиленно развиваются школьный и придворный театры. Число таких театров росло, они действовали в Москве, в Петербурге. В Ярославле начал путь Ф. Г. Волков с товарищами – основатели первого профессионального постоянно действующего русского театра.

После кончины Петра I утверждаемые им реформы, в том числе в образовании и культу-

ре, продолжали развиваться, находя своих стойких приверженцев. В 1725 г. начала работу Академия наук, в 1732 г. был открыт Шляхетный, то есть дворянский корпус, в котором молодые люди получали образование. В 1755 г. в Москве начал действовать Университет с двумя гимназиями – дворянской и разночинской. Инициатором его создания выступил М. В. Ломоносов. В 1757 г. начала функционировать Академия художеств. Все это способствовало расширению образования в широких кругах русского общества.

К середине XVIII в. театральная жизнь в России принимает значительные масштабы. Появляются первые провинциальные театры, начинаются гастроли иностранных трупп, театры разделяются на придворные и городские. 30 августа 1756 г. свет увидел царский указ о начале деятельности государственного "Императорского профессионального русского театра". С этого времени его деятельность не прерывалась. Расширялся и контингент театральной публики. Согласно одному из царских указов, в зрительный зал допускались представители купечества, "лишь бы не паскудно были б одеты".

Эта потребность общества в театре вызвала потребность в театральной информации.

Краткие сообщения о спектаклях и других театральных событиях публиковались в русской периодической печати начиная с 1720-х гг. Сам факт таких сообщений содержал уже элемент оценки, как бы отмечая общественную важность спектакля. Тогда же публикуются первые переводные статьи о драматическом и сценическом искусстве. Однако информация в них скупа и нерегулярна, как нерегулярна еще и жизнь театра.

Первое театральное объявление появилось в России в 1729 г. в "Санкт-Петербургских ведомостях" – газете, издававшейся Академией наук. В дальнейшем сообщалось о выступлениях театральных трупп в 1730-е гг. и спектаклях русского театра 1750–1780-х гг.: о характере, месте и времени зрелищ, о приглашении желающих поступить в труппу и т. п. [2, 36-38; 7, 109].

В издававшихся как приложение к "Санкт-Петербургским ведомостям" "Примечаниях к Ведомостям" в 1733–1740 гг. опубликовано несколько статей теоретического характера и по истории театрального искусства. Статья "О позорищных играх" (1733), т. е. о театральных представлениях, выступала в защиту театра как средства поучения и воспитания общества. В 1739 г. появляется другая, не менее важная теоретическая статья "О пользе театральных действ и комедий к воздержанию страстей человеческих"[1], также трактующая тему культурно-просветительного значения театра. Рассуждения о характере и значении театральных зрелищ появлялись и в научно-литературном журнале "Ежемесячные сочинения" (1755–1764).

В "Московских ведомостях" сведения о театральных зрелищах публиковались с самого начала издания (1756), причем с образованием постоянного театра они стали регулярными. Помещались и другие объявления, например, приглашение 1757 г.: "Женщинам и девицам, имеющим способность и желание представлять театральные действия, также петь и обучать тому других, явиться в канцелярию Московского императорского университета" [7, 109]. Упоминается в "Московских ведомостях" о петербургском придворном театре, встречаются корреспонденции из провинции (например, о спектаклях в Вологде и Туле в 1780 г.), сообщения о домашних театрах (о спектаклях у Л. А. Нарышкина в том же 1780 г.).

К концу XVIII в. в журналах появилась театральная критика. Однако она не была еще таковой в строгом смысле этого понятия. Это были суждения о театре, выраженные в форме стихотворных посланий и элегий (стихотворение Сумарокова: "От автора трагедии Синава и Трувора Татиане Михайловне Троепольской... на представление Ильмены, ноября 16 дня 1755 года", элегия "К г. Дмитриевскому на смерть Волкова", стихи Козловского "Ивану Афанасьевичу Дмитриевскому", "Сонет" и др.); в критических замечаниях о драматургах, актерах и публике, рассыпанных в пьесах текущего репертуара и других художественных произведениях (комедия Сумарокова "Тресотиниус", "Чудовищи"), пародийных афишах (шуточное объявление о постановке трагедии "Тамира") [см.: 1, 109-110].

Местом борьбы литературно-театральных направлений явились, прежде всего, сатирические журналы. Например, журнал Н. И. Новикова "Трутень" помещает отзыв о "Бригадире" Фонвизина, критикует пьесы Лукина, обсуждает вопрос о сатирической комедии. Другой новиковский журнал "Пустомеля" откликается на игру Дмитриевского в "Синаве и Труворе", а близкий к новиковским изданиям журнал "Смесь" помещает статью о способностях и свойствах, необходимых актеру, и рецензирует выс-

[1] Об этих статьях "Примечаний" см.: Перетц В. Н. Из начального периода русского театра // Известия отделения русского языка и словесности Академии наук. – 1907. – ч. 12 и отд. оттиск.

тупление Дмитриевского в мольеровском "Мизантропе"[2].

Театральная журналистика присутствовала и в других журналах той поры (например, у И. А. Крылова в "Почте духов" (1789), "Зрителе" (1792) и "Санкт-Петербургском Меркурии" (1793)).

Театральная журналистика XVIII в. достигает вершины в литературно-художественной деятельности Н. М. Карамзина. В 1791–1792 гг. он издавал "Московский журнал". Одной из основных частей журнала был отдел театральной критики, где печатались рецензии Карамзина на спектакли московского театра. Рецензии обычно состояли из анализа драматического произведения и разбора актерской игры. Новым и ценным качеством статей Карамзина является конкретность описания игры актеров. До Карамзина в русской театральной критике описательный момент почти отсутствовал и заменялся общей оценкой игры актера. Этот опыт вскоре переняли и другие столичные журналы и газеты.

Первую заявку на специальное российское театральное издание сделал выпущенный в 1784 г. на немецком языке журнал **"Русский театрал"** ("Russische Theatralen"). Его редактором-издателем был актер петербургского немецкого театра Зауервейде. Он подготовил журнал с той немецкой обстоятельностью, которой не хватало более поздним издательским предприятиям [см.: 4, 19].

"Русский театрал" содержал восемь отделов: театрально-официальный, включавший сыгранный несколько лет до этого аллегорический пролог на день тезоименитства императрицы; драматический – отрывок комедии самого Зауервейда; в третьем отделе, теоретическом, издатель рассуждал о понятии "комедиант"; исторический отдел был посвящен старейшему в России немецкому театру. Далее редактор поместил статью неизвестного петербургского театрала-немца, в которой обсуждались недостатки театральных представлений; затем шел общий обзор деятельности всех четырех казенных трупп, театральной школы и театральных построек. Завершал номер отдел корреспонденций и театральная смесь [8, 44-47].

В замыслах издателя было выдавать по номеру в месяц (при условии, что предыдущий тираж полностью раскуплен). Три выпуска составили бы том. За четыре томика, т. е. за годовой экземпляр на голландской бумаге устанавливалась цена в 4 руб., на обыкновенной – 3 руб. Стоимость отдельного выпуска – 30 коп. Однако журнал, рассчитанный не столько на немецкую диаспору в России, сколько на читателя в Германии, столкнулся с отсутствием обратных книготорговых связей. "Русский театрал", добираясь до немецких земель, расходился не столь успешно, чтобы издание могли окупиться. Первые три номера оказались и последними [8, 44-47].

ПЕРВЫЙ РУССКИЙ ТЕАТРАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

Несмотря на то, что в конце XVIII в. в Петербурге выходили журналы, публиковавшие тексты пьес (**"Российский феатр"** (1786–1791, 1793–1794), **"Драматический словарь"** (1787), **"Собрание некоторых театральных сочинений"** (1788) и др.), первым русским театральным журналом считается "**Драматический вестник**". Помимо пьес в нем печаталась разносторонняя театральная информация. Инициатором и главным участником "Драматического вестника" был драматург кн. А. А. Шаховской, движимый идеей публичной литературной полемики с Н. М. Карамзиным. Это главным образом и повлияло на создание журнала. Однако можно назвать и другую причину: первое десятилетие XIX в. вообще отличалось бурным ростом количества периодических изданий, в том числе и отраслевых. Поэтому замысел "Драматического вестника" был во многом определен веянием времени [4, 45].

Издание журнала началось в 1808 г. Театральная культура в это время развивалась интенсивнее, чем в XVIII в. Она требовала своего отражения в печатных органах. Объем театральной информации вырос и приобрел тенденцию к постоянному увеличению. В 1808 г. в Петербурге спектакли шли на трех императорских сценах, в Москве – на двух. Кроме того, театральная жизнь развивалась и в провинции (любительские и крепостные труппы там были известны с конца XVIII века), первые стационарные театры открылись в Казани, Нижнем Новгороде и Астрахани. Число людей, занятых в сценической деятельности, возрастало. Общение между ними посредством печати, обмен информацией стали необходимостью. Театральная журналистика стала социальным явлением.

В издании журнала союзниками князя Шаховского выступили члены кружка историка и государственного деятеля А. Н. Оленина, а также его товарищи по содержанию театральной типографии – И. А. Крылов и А. И. Ермолаев. "Драматический вестник" издавался в Петербурге два раза в неделю небольшой тетрадкой по одному полулисту (всего в 1808 г. вышло в свет 104

[2] Подробнее о развитии театральной критики в этот период см.: Асеев Б. Н. Русский драматический театр от его истоков до конца XVIII века / Б. Н. Асеев. – М., 1977. – С. 531-559.

номера, т. е. 52 печатных листа). Издание распространялось не только в столице, о чем свидетельствует объявление о его цене: в Петербурге 12 руб. в год, в других городах – 15 руб.

Свою задачу редакция "Драматического вестника" видела в "беспристрастном суждении о пьесах", обещая при этом "переводить и извлекать из лучших иностранных писателей драматические правила и историю великих людей, прославившихся своим искусством; изыскивать со тщанием в древних сочинениях все, касающееся до художеств, и, ежели возможно, будем сими средствами споспешествовать к отвращению дурного вкуса, который... угрожает заразить и нашу словесность" [6, 26]. Кроме того, подписчикам обещалось научно-беллетристическое приложение. "Прельщать" читателя собирались чередованием исторического повествования о древнем или новом театре с изложениями забавных происшествий, а также помещением чисто литературных материалов, которые в виде крыловских басен, стихов Державина, Дмитриева, Батюшкова, Жихарева, а также статей Шишкова, Шихматова и др. действительно украсили издание.

В публикациях, касавшихся театра, журнал обещал давать материалы трех типов: информационно-исторические, рецензионные и теоретические. Однако поставленной задачи придерживаться было трудно. Во-первых, при периодичности два раза в неделю театральный день освещался не слишком усердно – сказывалось отсутствие в редакции штатного рецензента. Во-вторых, за весь год журнал коснулся игры лишь нескольких актеров (наиболее любимых организаторами журнала). В-третьих, не получило развития предложение редакции публиковать анонимные статьи, написанные зрителями. Все это привело к тому, что журнал начал запаздывать, сотрудники – разбегаться.

Об авторском составе "Драматического вестника" известно преимущественно по воспоминаниям. Большая часть материала, опубликованная в журнале, была помещена или без подписи, или под сокращенными фамилиями, инициалами, буквами, и лишь незначительное количество произведений за полной подписью автора. К последним относятся стихотворения Державина, Шихматова, Жихарева, А. Воейковой, статья о Сумарокове А. С. Шишкова, два очерка о парижском театре Жоффруа. Авторство подавляющего числа произведений требовало выяснения[3].

Несмотря на все неудачи и разногласия внутри коллектива, "Драматический вестник" оказался первым журналом, который подготовил почву для издания дальнейших театральных журналов.

ТЕАТРАЛЬНЫЕ ЖУРНАЛЫ – СБОРНИКИ ДРАМАТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

В первой трети XIX в. развитие театральных журналов шло медленно. С 1802 по 1833 гг. было создано 13 периодических изданий, все они (за исключением "Драматического вестника") представляли собой сборники пьес. Театральный журнал как тип издания еще не сложился и имел множество недостатков.

Например, этнограф и страстный театрал М. Н. Макаров, организовав в 1811 г. **"Журнал драматической"**, обещал "порадовать публику дельной полемикой" (в то время в театральной критике разгорался спор между "карамзинистами" и "шишковистами"). Однако дальше невнятных и случайных замечаний издатель не двинулся. Каждая книжка журнала содержала одну или две вновь переведенные или сочиненные театральные пьесы, достойные внимания любителей театра, а также биографические сведения об актерах, писателях и музыкантах.

Продолжая заочное соперничество с "Драматическим вестником" (его издание прекратилось еще в 1808 г.), журнал Макарова сосредотачивался на вопросах актерского искусства, в то время как "Драматический вестник" занимался преимущественно теорией драмы, театральной эстетикой.

После окончания издания "Журнала драматического" в 1811 г. в издании собственно театральной периодики последовал длительный перерыв, что связано с усилением деятельности цензурных комитетов. Исчезли и театральные рубрики в целом ряде литературно-художественных журналов, но сохранились лишь в полуофициальных органах, где могли появляться каждый раз по особому распоряжению: "Сыне отечества", "Северном наблюдателе", "Благонамеренном".

Следующий росток театральной периодики появляется через 13 лет – в 1824 г., когда Ф. В. Булгарин решает издавать первый в России театральный альманах **"Русская Талия, подарок любителям и любительницам отечественного театра на 1825 год"**. Этим изданием Булгарин первым рискнул провести в печать драматические и театральные тексты, которых отечественная журналистика уже несколько лет сторонилась [4, 25].

Успех "Русской Талии" породил ряд подражаний: "Драматический альбом для любителей театра и музыки на 1826 год", "Драматический альманах на 1828 год", "Детский драматический вестник", "Российский театр" (1829), "Театраль-

[3] Некрасова Е. Первый русский журнал, посвященный театру // Антракт, 1890, кн.6, с. 26.

ный альманах на 1830 год", "Талия" (1833). Однако в 1834 г. по театральным альманахам был нанесен смертельный удар тем, что появилось издание "Библиотека для чтения", пользовавшееся небывалым успехом. На протяжении следующих пяти лет в России не было ни одного театрального журнала.

Таким образом, в первой трети XIX в. сложился начальный тип театральных журналов (и альманахов), которому можно дать собирательное название – *сборники драматических произведений.* С 1802 по 1833 гг. в России выходило 15 театральных изданий. Все они публиковали пьесы, хотя в некоторых изданиях время от времени появлялись критические обзоры, биографии театральных деятелей, статьи по теории искусства (например, "Драматический вестник"). Однако эти материалы немногочисленны и значительно уступают по объему опубликованным пьесам.

В отраслевых журналах первой трети XIX в. уделялось минимально места театральной журналистике (и вместе с ней – критике), хотя театральная журналистика той поры представляла собой постепенно развивающееся явление. С конца XVIII в. ранние периодические издания провинции писали о театре. В **"Ежемесячном сочинении"**, издававшемся в Ярославле (1787), опубликована статья "О пользе театральных действ и комедий". Тобольская **"Библиотека ученая, экономическая, нравоучительная, историческая и увеселительная"** напечатала обзор мировой драматургии "О драматическом стихотворстве" (1794, ч. X–XII). В начале XIX в. этой темы коснулась калужская **"Урания"** (1804).

К середине 1810-х гг. относятся первые опыты театральной критики в провинции. Например, в 1812–1825 гг. предпринималось издание пяти журналов в Харькове. Наиболее долговременный среди них – **"Украинский вестник"** (1816–1819) – печатал отчеты о выступлениях местной труппы. Харьков в этой время был одним из крупных культурных центров России. Постоянный театр существовал там с конца XVIII в., в 1805 г. открылся Харьковский университет, второй после Московского. О театре первой трети XIX в. сообщалось и в целом ряде других провинциальных изданий. С 1840-х гг. у многих из них появляются внештатные театральные корреспонденты. Однако это явление относится уже к следующему периоду развития театральной журналистики.

ТЕАТРАЛЬНО-КРИТИЧЕСКИЕ ЖУРНАЛЫ

На следующем этапе развития театральной периодики (во второй трети XIX в.) наблюдается становление *театрально-критического* типа журналов, к которому относится, прежде всего, "Репертуар и Пантеон".

Идея сугубо театрального журнала постоянно витала в воздухе и крепла под влиянием двух главных обстоятельств. Во-первых, толстые ежемесячники являлись предприятиями, нацеленными на большую литературу, и даже известные произведения мировой драматургии печатались в отрывках, подчеркивая этим "нетеатральность" подобных акций [4, 48]. Во-вторых, у всех перед глазами были торговые успехи "Библиотеки для чтения" О. И. Сенковского, просто делавшего свое дело и как будто не ставившего перед журналом никаких определенных идеологических или эстетических задач. Осложняло дело то обстоятельство, что с 9 марта 1837 г. фактически в течение 20 лет действовало решение, запрещающее "дозволение новых периодических изданий противу тех, какие уже существуют" [4, 48]. Выпуск новых частных изданий разрешал лично император – и только изданий специальных, а не "энциклопедических". И все же литераторы ухищрялись издавать журналы под видом книг, как, например, были созданы "Отечественные записки" и "Русский вестник". По аналогичной схеме продвигали свое издание и организаторы **"Репертуара русского театра"** И. П. Песоцкий и В. С. Межевич. Изначально они повели речь о сборнике с возможно последующими выпусками, причем сборнике специальном. Тем не менее, обходя все преграды, 1 января 1839 г. увидел свет первый номер журнала.

Создание "Репертуара русского театра" было огромным событием в культурной жизни России. Произошло неожиданное: подписка на издание составила полторы тысячи абонентов – около 5000 в С.-Петербурге, около 50 – в Москве, остальные в провинции, причем в таких отдаленных уголках, как Землянск, Рокачев и Чухлома, любителей театра оказалось немногим меньше, чем в Киеве. Плюс к подписавшимся около 500 экземпляров взяли петербургские и московские книгопродавцы.

"Репертуар русского театра" был создан для публикации идущих на сцене пьес и обзора современного актерского искусства. Это был журнал охранительно-правительственной, "булгаринской" ориентации. Театральную хронику в нем вели В. С. Межевич и В. Н. Строев, с воспоминаниями о театре выступали драматурги Р. М. Зотов и А. А. Шаховской. Правда, воспоминания и критика появились позже. Растерявшись от успеха, издатели первое время не могли наполнить журнал ничем, кроме пьес.

В 1840 г. драматург-водевилист, историк театра и критик Ф. А. Кони задумал журнал **"Пан-**

теон русского и всех европейских театров" – как издание, противоположное "Репертуару". В нем должны были печататься лишь высокохудожественные пьесы, русские и переводные, необязательно поставленные на сцене, а из современной жизни театра – освещаться лишь те события, которым суждено войти в храм славы – пантеон – мирового искусства. Такая программа, по утверждению издателей, была продиктована заметным отстранением литературы 1830–1840-х гг. от театра. Дело в том, что многие литераторы не посещали театр и всеми силами старались дискредитировать Александринский театр в глазах образованной публики.

Издатели журнала, пытаясь повлиять на сложившуюся ситуацию, публиковали статьи и рецензии в поддержку Александринского театра (в частности, журнал отстаивал сценическую школу "духовного направления", созданную М. С. Щепкиным на сцене Александринки, и противопоставлял ее старой школе внешнего – "пластического" – проявления) [5, 12]. Кроме того, журналисты обращались к истории отечественной сцены, печатали материалы о театральной жизни в провинции (в Саратове, Киеве, Нежине, Одессе, Ярославле, Саранске). Рецензии в первой половине 1841 г. писал Н. А. Некрасов, начавший здесь свою литературную деятельность, во второй – Ф. А. Кони.

Оба конкурирующих издания испытывали острую нехватку подписчиков. И к тому же стали друг другу серьезно мешать. Началось с курьезов, вроде опубликования с интервалом в месяц "Клеветы" Э. Скриба сначала "Пантеоном", потом – в приложении к "Репертуару". В 1842 г., не выдержав конкуренции, они слились в один журнал – **"Репертуар русского и Пантеон всех европейских театров"**[4]. Это было наиболее популярное и влиятельное театральное издание второй трети XIX в. Характерными чертами, объединившими эти журналы в один тип, являются: высокий теоретический уровень оценки сценического искусства, значительная социальная роль издающих органов (издателей), установившаяся внутренняя структура в виде постоянных разделов, сочетание материалов различных жанров при значительном преобладании театрально-критических статей. Это был первый и наиболее значительный тип специальных журналов в области театра, который подготовил почву для возникновения в ближайшие годы ряда отраслевых журналов той же тематики. С этого времени издание театральных журналов почти не прекращалось[5]. Редакцию возглавил Булгарин, издателем стал И. П. Песоцкий[6]. Идея нового журнала заключалась в том, чтобы к своим достоинствам добавить лучшее из наработанного "Пантеоном". Однако идея не увенчалась успехом и прежде всего потому, что наиболее популярная рубрика (в ней печатались пьесы) пришла к закату. Ассортимент драматических произведений, способных заинтересовать публику, был почти исчерпан. А увеличенная периодичность журнала (до двух раз в месяц) лишь усугубило положение.

Со следующего года Песоцкий решил начать все сначала. Он расстался с Булгариным и пригласил Межевича, давно отставшего от "Репертуара" и теперь сделавшегося с марта 1843 г. его соиздателем, что несомненно оживило редакционные дела. Межевич писал биографии русских и иностранных драматургов и артистов, составлял компиляции и статьи по теории искусства, завел фельетон. Разбор пьес, отдел заграничных сценических новостей и юмористику вел Р. М. Зотов. Держать штат постоянных сотрудников журнал не мог; за небольшие вознаграждения нанимались желающие подработать, но из разряда людей компетентных. Журнал оживил контакты с читателями, заведя для добровольных корреспондентов что-то вроде открытого почтового ящика, в котором сообщал, что статья г-на Т-ва принята и будет напечатана, а г-на К. П-о – нет, ибо статьи, в которых изъясняются так: "какая ужасная скотина актер N" – печати не подлежат. Журнал стремился стать именно театральным изданием: давал советы провинциальным актерам, не печатал отрывки из пьес, оставляя подобные публикации за толстыми ежемесячниками.

Благодаря измененной концепции журнал стал неплохо продаваться: к 1844 г. ни в редак-

---

[4] Этими разыскания занялся библиограф С. М. Бабинцев. Итоги он опубликовал в статье ""Драматический вестник" (к 150-летию первого русского театрального журнала)" (Книга. Исследования и материалы. Сб. 1. – М., 1959. – С. 260-266).

[5] После автономного существования в 1839–1841 гг. "Репертуара русского театра" и "Пантеона русского и всех европейских театров" журнал выходил под названиями: "Репертуар русского и Пантеон всех европейских театров" (1842), "Репертуар русского и Пантеон иностранных театров" (1843), "Репертуар и Пантеон" (1844–1846), "Репертуар и Пантеон театров" (1847), "Пантеон и Репертуар русской сцены" (1848, 1850–1851), "Пантеон" (1852–1856).

[6] Исключением можно считать 1863 и 1872–73 гг., когда по цензурным соображениям театральные журналы не издавались. Однако театральная журналистика в эти годы не исчезла со страниц общественно-популярных и литературно-художественных изданий. А появившаяся вслед за этим театральная пресса сохранила черты предшественников.

ции, ни в конторе не осталось ни одного экземпляра издания за 1842 г.

Осенью 1844 г. в недрах журнала зародилась первая в России театральная газета – **"Театральная летопись"**. Изначально она была запланирована как ежемесячное издание, однако это не устраивало подписчиков. В газете пропадала актуальность, поскольку публиковались материалы о событиях, которые давно прошли. Вскоре издатели пересмотрели концепцию, и газета, официально являясь ежемесячником, печатала дополнительные номера – по мере накопления материала. Газета развивалась в сторону еженедельника, что было приветливо встречено читателями: подписка увеличилась.

Первый номер "Летописи" вышел 1 января 1845 г. Он содержал театральный дневник, отчеты о первых представлениях итальянской, французской и немецкой трупп, письма из Парижа и Берлина, мелкие известия и модную картинку. На восьмом номере (19 февраля), под предлогом отсутствия в разрешенной программе издания такого приложения, "Театральная летопись" была запрещена. На самом деле, "наверху" оказался неприемлемым резкий критический тон, изначально взятый изданием. Власти больше устраивали любительщина и дилетантизм [4, 55].

В 1847 г. в связи с тяжелой болезнью Песоцкого редактором-издателем "Репертуара и Пантеона" стал Кони. Придавая театральной критике большое общественное значение, он утверждал, что критика должна опираться на законы эстетики, а не на прихоти вкуса. В обзорах деятельности петербургских театров он выступал против псевдопатриотических драм и обилия бессодержательных водевилей, с сочувствием встретил пьесы Островского. Анализируя актерское творчество, Кони высоко оценивал мастерство Щепкина, Мартынова, Сосницкого, В. Самойловой и других актеров Петербурга и, в меньшей мере, Москвы. В биографиях театральных деятелей (Дмитриевского, Плавильщикова, Рязанцева, Дюра, Мочалова, Каратыгина и др.), в которых он использовал периодику прошлых лет, Кони также писал о характере исполнения, о разных школах сценического искусства. Отдел "Театральная летопись", в котором принимали участие искусствовед В. В. Стасов и Р. М. Зотов, существовал до 1854 г. О московской театральной жизни публиковалось несравненно меньше материала (в 1840-е гг. его поставлял преимущественно водевилист Н. А. Коровкин). В 1840–1853 гг. в каждом номере "Репертуара и Пантеона" помещались корреспонденции о провинциальном театре (освещено состояние театров в пятидесяти городах России), особенно много материалов о провинции за 1840–1845 гг. В 1855–1856 гг. о петербургском театре упоминается только в общих обзорах ("Санкт-Петербургский вестник"), а о других совсем нет сведений. Журнал перестал быть специально театральным [7, 127].

Тем не менее, "Репертуар и Пантеон" почти полтора десятилетия делал все, чтобы лучшие репертуарные пьесы появлялись в печати с минимальным разрывом от премьеры. Обилие литературы по истории русского театра, опубликованной на его страницах, вело к заметному расширению круга историко-театральных источников и накоплению новых фактов. Среди публики родилась и крепла необходимость следить за ходом русской сцены и даже театров иностранных. Вкус посетителей спектаклей, которым в руки попадался "Репертуар и Пантеон", надо полагать, не понижался, а становился изысканнее.

Почти одновременно с прекращением "Пантеона" начал издаваться еженедельный **"Музыкальный и театральный вестник"** (1856–1860), с 1858 г. получивший название **"Театральный и музыкальный вестник"**. Он сохранил все черты театрально-критического журнала, традиции которого были заложены "Пантеоном". В регулярных обзорах рассматривались как драматические произведения, так и сценическое исполнение, иногда сравнивались петербургская и московская постановки (например, "Свадьба Кречинского" в 1856 г.). О петербургском театре в "Вестнике" писал бывший сотрудник "Репертуара и Пантеона" А. С. Гиероглифов, присылал статьи А. Н. Баженов.

В 1860-х гг. выходили кратковременные, но солидные специальные издания: **"Искусства"** (сентябрь–декабрь 1860 г.), **"Русская сцена"** (1864–1865) и **"Музыка и театр"** (1867–1868), двухнедельник, издававшийся композитором и музыкальным критиком А. Н. Серовым.

Журнал "Искусства" поместил статьи о кончине Мартынова и дебюте П. В. Васильева, несколько "Московских театральных писем" Баженова. Журнал "Русская сцена" старался дать обозрение театральной жизни всей России, выступал в защиту самобытного русского театра, боролся с драматургией охранительного направления. Помещались в нем статьи по истории театра, биографии артистов. А. Н. Серов в журнале "Музыка и театр" выдвигал задачу научной критики. "Нельзя ли хоть мало-помалу приучить публику относиться к области музыки и театра с тем логическим и просвещенным мерилом, которое в русской литературе применяется уже десятки лет и русской литературной критике сообщило такое высокое развитие", – писал он в первом выпуске [7, 139]. Журнал опубликовал несколько рецензий на спектакли

Александринского театра, статьи П. Д. Боборыкина о способах развития театрального искусства (о подготовке актеров, "пробном театре", театральной критике).

К театрально-критическим изданиям этого периода относится и **"Антракт"** (1864–1868, сначала "Театральные афиши и Антракт"), которую издавал А. Н. Баженов. В ней печатались критические статьи о московских театрах Баженова, Плещеева и других, а также корреспонденции из провинции, театральные воспоминания.

Статьи Баженова (включая публиковавшиеся в "Театральном и музыкальном вестнике", "Московских ведомостях") составляют обстоятельную летопись жизни Малого театра за 1859–1867 гг. Они особенно ценны анализом исполнения, актерскими портретами, зарисовками ролей[7]. В рецензиях на спектакли Баженов менее всего говорил о пьесе ("Появление в афише нового имени, – писал он, – для нас гораздо важнее появления новой пьесы"), был против непосредственной связи искусства с живыми интересами дня, но вместе с тем вел настойчивую, целеустремленную борьбу за художественный и высокоидейный театральный репертуар. Современники отмечали несомненное влияние Баженова на репертуар Малого театра.

"Антракт" – это единственная в своем роде газета при афишах, в то время как другие издания предлагали обратный вариант – афиши при газете, еженедельнике и т. п. Баженов предполагал, что газета будет распространяться во время антрактов, когда "истомленный продолжительной перестановкой декораций в процветавших тогда постановочных пьесах, зритель начнет вертеть в руках афишные листы и, прочитав объявление об оркестре в общей зале Барсовской гостиницы... удостоит вниманием и статью редактора" [4, 75].

Более чем тесное соседство с таким официозным изданием, как афиши спектаклей императорских театров, казалось, предполагало какое-то созвучие "Антракта" взглядам театральной администрации, однако Баженов, писавший всегда по убеждению, не стесняясь никакими посторонними соображениями, повел газету по пути независимости от чьих-либо взглядов и мнений. Баженов в отличие от откупщиков газетной монополии целиком сосредоточился на проблемах театра. Его интересовало звучание спектакля в целом, культура актерского ансамбля, планировка мизансцен, костюм, грим, текст перевода и т. д.

Таким образом, газета "Антракт" совмещала в себе черты двух типов театральной прессы: театрально-критического издания и *сборника программ, либретто и афиш*. К последнему в чистом виде в этот период относились **"Репертуар итальянской оперы"** (1869) и **"Карта зрелищ столиц"** (1873). Это был зарождающийся тип театральных изданий, который получил свое развитие на следующем этапе театральной журналистики – в последней трети XIX в.

Театральная журналистика второй трети XIX в. была наиболее ярко представлена на страницах столичных общественно-популярных изданий. О театре писали: "Современник", "Отечественные записки", "Голос", "Санкт-Петербургские ведомости", "Северная пчела", "Русский инвалид", "Литературная газета", "Русское слово" и др. Театральные рубрики появляются на страницах провинциальных газет. Особенно активно этот процесс развивался с 1860-х гг., когда в России возникли первые частные газеты: "Киевский телеграф" (1859–1876), "Киевлянин" (1864–1918), "Воронежский листок" (1862–1868), астраханская "Волга" (1862–1865), "Донской вестник" (1866-1869), "Амур" (1860–1862), "Справочный листок Саратова" (1863–1865), "Справочный листок Казани" (1867), "Черниговский листок" (1863–1865) и др.

Все это обусловило бурное, по сравнению с предшествующим периодом, развитие театральной критики. О спектаклях в провинции периодически сообщали столичные театральные издания – в рубриках, предназначенных для сообщений из провинции (например, журнал "Русская сцена").

Свои мнения о театре излагали в печати представители всех групп образованного населения. Авторами театральных статей были редакторы, педагоги, молодые и отставные чиновники, студенты, офицеры, сами актеры и антрепренеры. Эта массовость мнений привела к тому, что функции театра в провинциальном быту стали неотчетливыми и размытыми: анализ содержания публикаций показывает, насколько неоднородной была их проблематика. Однако обобщенно можно сказать, что в это период XIX в. театральная журналистика делает упор на анализ соотношения сцены и действительности, театр рассматривается в системе общественной жизни и быта.

С середины 1860-х гг. в отечественном театральном деле обозначились тенденции роста. В 1862 г. отменяется предварительная цензура на театрально-критические статьи, печатаемые в газетах. Дирекция императорских театров, входившая в систему Министерства императорского

[7] В 1843 г. он уступил свое место В. С. Межевичу, который под влиянием оппозиционной молодежи, преклоняющейся перед Белинским, порвал с Булгариным и отстранил его от участия в журнале. Подробнее см.: Очерки истории русской театральной критики. – Л., 1975. – С. 226.

двора, просуществовала до 1917 г., она имела две конторы: петербургскую и московскую. Кроме того, ей был подчинен Театрально-литературный комитете. Важнейшим событием в театральном мире явилась отмена в 1882 г. монополии императорских театров, пресекавшей попытки организации в столицах любых частных зрелищных учреждений, кроме балаганов на народных гуляниях, и то за ними устанавливался специальный полицейский надзор [2, 151]. Реформа 1882 г. имела громадные последствия как для императорского, так и для русского театра в целом. Если к 1870-м гг. на просторах империи насчитывалось 44 театра (4 казенных – в Петербурге: Мариинский, Большой, Михайловский и Александринский, 2 казенных – в Москве: Большой и Малый, по театру – в Варшаве, Вильне и Тифлисе – все они получали государственную субсидию, и 35 театров в провинции), то к исходу столетия, по разным подсчетам, их было уже от 200 до 300. Рядом с антрепризой драмы появилась антреприза оперетты и даже оперы; в столицы потянулись лучшие артистические силы провинции, нахлынули иностранные антрепризы.

Соответственно, менялась государственная политика в сфере театральной журналистики. В отличие от предыдущих времен, когда весь цензурный порядок держался на системе циркуляров, повелений, письменных и устных распоряжений, продиктованных самыми различными мотивами, от политических до эстетических, со времен "великих реформ" ситуация изменилась настолько, что театральный автор и издатель получили если не хороший закон, то, во всяком случае, какие-то гарантии от произвола и возможность отстаивать свои интересы в правовом режиме. В первую очередь, это сказалось на театральной критике, почти полностью раскрепостившейся после падения монополии императорских театров и ощутимо эволюционировавшей вместе со всей отечественной печатью (как в провинции, так и в столицах).

В последней трети XIX в. заметно расширилось количество театрально-критических изданий. К ним относятся: **"Театральная газета"** (1876–1877), **"Музыкальный свет"** (1875–1878), **"Театральная библиотека"** (1879–1880), **"Театр"** (1883), **"Искусство"** (1883–1884), **"Музыкальный и театральный вестник"** (1883), **"Театр и жизнь"** (1884–1893), **"Артист"** (1889–1895), **"Дневник Артиста"** (1892–1893) и многие другие.

Однако большинство этих журналов были весьма поверхностны и недолговечны. Дольше других продержался выходивший в Петербурге единственный театральный еженедельник "Театральный мирок". В числе его редакторов за эти годы были А. А. Плещеев, П. Ф. Левдик и др. В коротких заметках еженедельник стремился откликнуться на все события современной театральной и музыкальной жизни, не затрагивая серьезных творческих проблем. Он печатал отрывки пьес, рассказы из актерской жизни, мемуары и интервью с артистами, корреспонденции из провинции. К этому изданию была близка по уровню и характеру материалов еженедельная газета **"Дневник театрала"**, организованная в Москве театральным критиком и переводчиком П. И. Кичеевым в 1890 г. (выходила нерегулярно и просуществовала несколько месяцев).

Наиболее популярным журналом второй половины XIX в. являлся "Артист", издававшийся в Москве. В нем сотрудничали известные драматурги, критики, художники, по определению современников, – цвет московской передовой интеллигенции.

Издатель-редактор журнала Ф. А. Куманин был поклонником таланта М. Н. Ермоловой, писал восторженные отзывы о В. Ф. Комиссаржевской, внимательно относился к молодым талантливым артистам. В полемике вокруг Островского, которая разгорелась после смерти драматурга, "Артист" систематически выступал в поддержку его пьес, против драматических поделок театральных ремесленников.

Издание имело подзаголовок "Театральный, музыкальный и художественный журнал". На его страницах, действительно, были представлены все виды искусства, включая живопись и графику, но доминировал театр. Даже ритм выхода журнала был приноровлен к театральной жизни. Первый номер вышел в сентябре 1889 г., и в дальнейшем подписчики получали "Артист" только с сентября по апрель. Помимо собственно театральной критики (рецензии, обзоры, исторические экскурсы, биографии) печатались обильная хроника текущей жизни театров по всей России и информация о новых пьесах. Две-три драматургические новинки помещались в конце каждого номера в качестве приложений. Таким образом, львиная доля печатного текста и иллюстраций отдавалась театру, значительно меньшая – музыке, еще меньшая – изобразительному искусству [3, 230].

Ведущим критиком "Артиста" был историк культуры и критик И. И. Иванов, сотрудничавший также в журнале легальных марксистов "Мир божий". Его позиции этого периода резко отличались от позднейших (с начала 1900-х годов), когда он круто повернул вправо, обрушился на Герцена и Льва Толстого. В "Артисте" Иванов горячо защищал Островского, укорял Малый театр за постановку пьес В. А. Крылова, как "несомненный грех нашего образцового театра не только перед публикой, но и перед труппой", шекспи-

ровские спектакли в Малом театре называл "бесспорными событиями нашей жизни". Статьи его преимущественно посвящены Малому театру, причем в них анализировалась и игра актеров. В последний год существования "Артиста" в нем начал писать Н. Е. Эфрос. "Позднее он займет едва ли не первое место среди театральных журналистов, – писал В. И. Немирович-Данченко. – Он обладал двумя великолепными качествами критика: большой чуткостью к внутренним линиям спектакля, к лирике; другое качество – умел хвалить, умел восхищаться, что гораздо труднее, чем критиковать". Критик по профессии, Н. Е. Эфрос был "поэтом театра", по выражению В. И. Немировича-Данченко, умел найти верные впечатляющие слова для рассказа о спектакле. Он был поклонником чеховской драматургии, восхищенным почитателем Московского Художественного театра. Театрально-критическая деятельность Эфроса продолжалась более четверти века; умные, искренние статьи выделяли его среди других рецензентов, вызывали симпатии к нему передовых артистов. Сотрудничал в "Артисте" "также критик С. С. Голоушев (псевдоним: С. Глаголь)", некоторое время публиковались его обзоры "Наша сцена с точки зрения художника". Кроме того, журнал печатал лекции П. Д. Боборыкина о сценическом искусстве и курс истории грима, вел режиссерский отдел с указаниями по постановке и оформлению спектаклей, опубликовал "Заметки актера" А. П. Ленского, в которых артист, опираясь на свою практику, старался определить законы сцены.

К концу XIX – началу XX в. тип театрально-критических журналов значительно укрепился. Количество наименований журналов этого типа достигло нескольких десятков. В число наиболее авторитетных, влиятельных изданий добавляется выходящий в Петербурге **"Театр и искусство"** (1897–1918).

Руководитель и создатель журнала А. Р. Кугель постоянно выступал в нем и как театральный критик (псевдоним: Homo novus).

Страницы "Театра и искусства" Кугель предоставил для полемики по вопросам теории и практики театра. Как отмечал потом он сам, "журнал вмещал всех, от Е. П. Карпова до Ф. К. Сологуба". Один из основных сотрудников журнала Л. М. Ярцев был горячим поклонником МХТ, а затем В. Э. Мейерхольда и его спектаклей в театре Комиссаржевской. Однако Ярцев высказывал взгляды, прямо противоположные взглядам Кугеля, что придавало журналу большую привлекательность.

Ценя мастеров Малого и Александринского театров, Кугель выступал против новаторских течений в театре, был одним из самых упорных противников МХТ, назвав его "театром механических кукол". Восставая против всесилия режиссера в театре, которое, по его мнению, губило актерское творчество, критик осуждал как режиссеров Станиславского и Мейерхольда, утверждал, что "ценность представляют только репертуар и актеры". Долго Кугель не признавал таланта крупнейших актеров МХТ (В. И. Качалова, Л. М. Леонидова, И. М. Москвина, самого Станиславского), пренебрежительно отзывался о Комиссаржевской. Наряду со всем этим он умел тонко анализировать разнообразные явления театральной жизни, освещать их по-новому, с неожиданной стороны. Колоритны актерские портреты Кугеля.

Журнал откликался на спектакли и другие театральные события Петербурга, Москвы и провинции (кроме статей о провинциальных театрах печаталась регулярная "Провинциальная летопись"), имел режиссерский отдел (под редакцией Ю. Э. Озаровского), интересовался театральным бытом и вел борьбу за улучшение жизненных условий театральных деятелей, помещал много актерских писем. В 1911–1915 гг. А. В. Луначарский присылал из-за границы "Парижские письма", в которых освещалась театральная жизнь Западной Европы. В приложении к этому журналу издавалась **"Библиотека Театра и искусства"**, где печатались не только пьесы и мемуары, но и руководства по сценическому искусству.

К концу XIX в. расширяется и серия театральных приложений к литературно-художественным и театральным изданиям. Среди них **"Музыкальный и театральный вестник"** (выходил при газете "Свет", 1883), **"Зритель"** (приложение к газете "Театр", 1883), **"Дневник артиста"** (приложение к журналу "Артист", 1892–1895). Анализ этих и многих других изданий привел к выводу об общности ряда признаков и черт, составляющих основу типа театрально-критических журналов. Это – постановка наиболее крупных сценических, репертуарных, сценографических, духовно-нравственных проблем, привлечение наиболее квалифицированных авторов из числа ведущих драматургов, критиков, литераторов, артистов, ориентация как на "избранную", так и на широкую публику. Театрально-критические журналы преимущественно были частными изданиями. Они издавались наиболее могущественными, влиятельными литераторами, драматургами, критиками.

Театрально-критические журналы – основной и самый значительный тип русской дореволюционной театральной периодики, однако на определенном историческом пути один тип не мог отвечать всем требованиям развивающейся театральной культуры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАТЕЛИ И ИЗДАНИЯ ОБЗОРНО-СПРАВОЧНОГО ХАРАКТЕРА

Расцвет русской театральной периодики приходится на конец XIX – начало XX в. Увеличилось количество театров, резко возросло число разночинных зрителей. Открывались новые театральные учебные заведения, расширялось театральное дело в провинции, особенно укрепилась антреприза. Театр развивался в конкурентоспособной среде. Это явилось основанием для формирования типа изданий *обзорно-справочного характера*.

Эти журналы не ставили своей целью непосредственное содействие развитию театрального дела, они не публиковали никакие критические и теоретические материалы, их задача заключалась в информировании читателей о театральных новостях. К ним относятся: приложение к журналу "Театр и искусство" – "Словарь сценических деятелей" (1898–1906), "Петербургские отголоски", газета зрелищ, справок и объявлений (1884–1885), "С.-Петербургский дневник зрелищ и объявлений" (1884–1885), "Театральная газета", московский дневник зрелищ и объявлений (1884), театральный "Листок объявлений" (1889-1891), "Анонс", театрально-биржевая ежедневная газета (1892–1893), "Справочный листок для сценических деятелей..." (1894–1895), "Театральный указатель" (1896–1898), "Сцена", новости из театрального мира (1884–1886).

К типу библиографических указателей относится **"Ежегодник императорских театров"** (1892–1915), главной, а сначала и единственной, задачей которого было освещение деятельности казенных театров. Издавался он сначала раз в год (первая книжка отражает сезон 1890/91 года), затем непериодическими выпускам. Выпуски первых лет целиком посвящались казенным петербургским и московским театрам. Печатались сухие отчеты об истекшем сезоне, в которых сообщалось о пьесах (иногда с изложением их содержания и справкой о сценической истории), назывались исполнители, художники-декораторы и т. п. Дополнительно к этим обзорам публиковались статистические сведения о репертуаре и списки трупп (с указанием начала службы и сыгранных ролей), большое количество некрологов и юбилейных очерков. С 1909 года "Ежегодник императорских театров" включал критические статьи, в том числе и о частных театрах. Обзоры сезонов стали поставлять профессиональные театральные критики. О петербургских театрах писали главным образом Ю. Слонимская и Э. А. Старк (псевдоним: Зигфрид), печатавшийся в ряде петербургских изданий, о московских – Н. Е. Эфрос, помешались статьи и других авторов. Основную ценность журнала всего периода его существования составляют богатые и документально точные фактические данные о казенных театрах Петербурга и Москвы. В этом он не имеет равных.

В 80-е годы XIX в. сформировался еще один тип театральной периодики, зародившийся в предшествующие десятилетия, – *сборники программ, либретто и афиш*. К ним относятся: "Московский дневник зрелищ и объявлений" (1882–1884), "Афиши и объявления" (1883), "Артистическое иллюстрированное обозрение кафе-концертов, театров-варьете и цирков" (1898-1899), "Ежедневное либретто", листок-программа (1898–1913).

В целом к концу XIX в. в России сложилась система специальных журналов, посвященных театральному искусству. В них в полной мере проявились критические, литературные, теоретические, методические, практические, региональные, рекламно-информационные и другие типологические аспекты. Однако в начале XX в. театральная периодика вступила в новый период развития, исследованию которого будет посвящена наша следующая работа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асеев Б. Н. Истоки русской театральной критики / Б. Н. Асеев // Вопросы театрального искусства. – М., 1975.

2. Дмитриев Ю. Очерки по истории русского драматического театра от истоков до 1898 года / Ю. Дмитриев. – М., 2002.

3. Кауфман Р. С. Очерки истории русской художественной критики XIX в.: от К. Батюшкова до А. Бенуа / Р. С. Кауфман. – М., 1990.

4. Королев Д. Г. Очерки из истории издания и распространения театральной книги в России XIX – начала XX веков / Д. Г. Королев. – СПб., 1999.

5. Летов Б. Д. Литературные мемуары А. Ф. Кони / Б. Д. Летов // А. Ф. Кони. Воспоминания о писателях. – Л., 1965.

6. Некрасова Е. Первый русский журнал, посвященный театру // Антракт, 1890, кн. 6.

7. Петровская И. Источниковедение истории русского дореволюционного драматического театра / И. Петровская. – Л., 1971.

8. Смиранин А. Первый театральный журнал в России // Антракт, 1890, кн. 7.

Рецензент – А. И. Акопов.

Статья принята к печати 07.10.2006.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ – СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СИСТЕМНЫЙ ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ

© 2007 О.Н. Забузов

Военный университет, г. Москва

Современный уровень модернизации социальных отношений в обществе все активнее ставит на "повестку дня" определение в соотношении таких понятий как "политическая власть", "политическое управление", "политическое руководство". Не списывая со счетов классическое понимание политической власти, в настоящее время в рамках политической науки ряд исследователей рассматривают власть также и как систему коммуникационных отношений. При этом коммуникация выводится на самый высший политико-философский уровень, а власть определяется как система коммуникаций между различными ее субъектами [1].

Отдельные ученые полагают, что политика изначально содержит в себе коммуникационное начало, проявляющееся в конкретно-исторических формах взаимодействия, "общения" различных субъектов политики – индивидов, социальных групп и выражающих их интересы институтов по поводу установления, функционирования и изменения власти в обществе [2]. Так, доктор наук К. С. Гаджиев понимает политическую власть как своеобразную систему коммуникации между различными ее субъектами, субъектами и объектами, между двумя или более лицами или сторонами, участвующими в системе властных отношений [3]. Исследователь М. А. Овчинникова рассматривает "концепцию власти как коммуникации" [4]. По мнению челябинского ученого Е. А. Сарасова, "политическая коммуникация функционирует как системный фактор социальной организации и как модель реализации власти" [5]. Ученый-социолог Д. А. Абанкин предложил понимать политическое решение как вид коммуникации между актором и государством – своего рода передача информации через документ [6].

Фактически, можно сформулировать вывод о том, что одной из серьезных характеристик современной власти является ее способность к коммуникации: с обществом в целом, с политической элитой, с мировым сообществом (которые могут являться одновременно и объектами и субъектами политики). То есть, полагаем, что коммуникация организуется властью, поддерживается ею и нужна власти для выполнения своих, в первую очередь, политико-управленческих, функций, а коммуникативная концепция политики и политической власти имеет право на существование.

Частный случай политической коммуникации, предполагающий наличие обратной связи, есть не что иное, как политическое управление, включающее в себя и так называемый "политический диалог", содержащий в себе в неявном виде управленческие моменты. Следовательно, политическое управление, предмет "управленческой политологии", строго говоря, есть не что иное, как область пересечения перекрещивающихся понятий "управление" и "политическая коммуникация".

С другой стороны, следует согласиться с А. И. Соловьевым в том, что "политическая коммуникация сочетает в себе универсальные, общесоциальные и собственно политические, или отраслевые черты" [7]. Иными словами, понятие "политическая коммуникация", обозначающее атрибут особого типа человеческой деятельности – деятельности политической – является подчиненным по отношению к понятию "социальная коммуникация", выступающим, в свою очередь, в качестве подчиненного по отношению к универсальному понятию "коммуникация", содержание которого охватывает все многообразие процессов и явлений информационного воздействия и взаимодействия как в живой, так и в неживой природе [8]. Именно такая позиция импонирует автору.

Для ее подтверждения приведем два взаимоисключающих словарных определения по-

нятию "управление". К примеру, современным словарем по политологии приводится такая трактовка: "управление определяют как сознательное *воздействие* на общество с целью обеспечения его эффективного функционирования и развития" [9]. В философском энциклопедическом словаре при определении понятия "управление" биологическими системами выделяют два уровня управления системы: организменный и поведенческий. Первый из них воспроизводится наследственно и ориентирован на самосохранение вида или экосистемы. Второй обеспечивает удовлетворение потребностей системы во *взаимодействии* с внешней средой [10].

Подчеркнем при этом, что политическое управление, как особый вид, как частный случай коммуникации в социальной среде должен иметь превалирующий момент – *взаимодействия* между субъектами политики.

Без присутствия взаимодействия при выработке, принятии, исполнении политического решения не будет должного его восприятия в обществе. Именно наличие обратной связи на всех этапах политической деятельности позволит принимаемое решение расценивать как общественно благо, а не как выгодное решение для правящей элиты. В развитом современном обществе, которым стремится стать Россия, учет мнения значимых субъектов политики представляется первоочередным при реализации демократического принципа. Примеров в современной России более чем достаточно. Федеральный закон № 122, повсеместное внедрение автогражданской ответственности – на первоначальном этапе вызвали негодование общества, но впоследствии были приняты обществом. Есть и другие случаи гражданского неповиновения (например, по поводу. Поправок к ПДД, обязывающих иметь владельцев автомобилей указатели поворотов исключительно желтого (оранжевого) цвета). Есть случаи, когда деятельность политического руководства имеет или должна представлять из себя стиль прямого руководства – воздействия. Сюда можно отнести: явная угрозу государству, война, стихийные бедствия и др.

Исследуя необходимость создания мирового правительства, американские исследователи К. Дервиш и С. Озер, отмечают, что управление должно базироваться на таких принципах как участие, использование принципа судсидиарности, признания разнообразия и уважения к суверенитету даже малых стран, обеспечения общественных благ, отражающего основные ценности равенства и достоинства людей [11].

Как отмечалось автором ранее, возможны ситуации, где требуется отход от квинтэссенции управления – взаимодействия, в сторону воздействия. Принимая во внимание что воздействие, возможно, рассматривать как однонаправленный процесс взаимодействия.

Как замечается авторами учебного пособия "Основы современного социального управления": "Научиться управлять – это значит овладеть наукой и искусством воздействия на объект управления, не подавлять творческий потенциал общества, а способствовать его пробуждению и развитию. Политическое (государственное) управление – частный случай управления. Главный субъект управления – общество в целом, политическое управление – его часть, а когда часть не подчиняется целому, кризис власти и управления неразрешим" [12].

Деятельность власти через СМК и ПР-структуры оказывает влияние на всю общественность, затрагивая все социальные слои и общности, одновременно способствуя распространению различной информации. Принципы действия социально ориентированного управления применимы и для всей системы управления, и для ее отдельных органов, и для средств массовой коммуникации, которые также в той или иной степени реализуют функцию социального управления [13].

I. Повышение роли паблик рилейшнз[1] (ПР) в системе политического управления обществом. Сегодня наиболее действенным методом социального управления является метод так называемого "мягкого" управления, базу которого составляет информационное воздействие на человека. Данный метод оказывается более приемлемым по сравнению с различными силовыми методами управления обществом по целому ряду причин, основная из которых – необходимость сохранения социальной стабильности и отсутствие социальных волнений в обществе [14]. На современном этапе развития центральный вопрос развития социума звучит следующим образом: как государства должны использовать стратегическую коммуникацию в эпоху глобализации при резком усилении "власти народа" – демократии и непрерывном развитии сложной технологии ПР? Следует ли государствам использовать внутренние и междуна-

[1] Понятия "паблик рилейшнз" и "связи с общественностью" рассматриваются как тождественные.

родные массовые коммуникации для расширения сферы политики? [15].

Как известно, паблик рилейшнз являются деятельностью, осуществляемой через публичную коммуникацию (то есть, затрагивающую общественный интерес, придающий ей публичный статус). А политические ПР в современном плюралистическом обществе представляют собой специализированную деятельность субъектов политики, направленную на эффективное управление их публичной коммуникацией и повышение политической конкурентоспособности за счет привлечения общественной поддержки [16]. То есть, обратим внимание на тот факт, что современная власть не может эффективно функционировать без организованной общественной публичной поддержки своих действий. А поскольку публичность – это одна из ключевых характеристик власти, то ее публичность и коммуникативность являются основными слагаемыми эффективного политического управления современным обществом. Автор приходит к выводу, что фактически паблик рилейшнз – это не только коммуникативная деятельность субъектов политики с выраженной функцией управления, но это также и деятельность по эффективному взаимодействию политической власти с различными элементами политической системы общества.

Такое понимание ПР позволяет утверждать, что власть все более активно переходит на принцип согласования интересов различных субъектов политики, в том числе и объединений граждан [17]. Как заявляет Т. Фридман, "... в современном обществе идет развертка мира в плоскости, где доминируют взаимозависимость и сотрудничество" [18]. Поэтому постоянное использование властью технологий ПР свидетельствует о ее желании наладить позитивный диалог между институтами власти, политической элитой и социальными группами. Автору этот вывод представляется абсолютно нормальным, так как очевидно, что современное общество все более становится неоднородным, стратифицируется и дифференцируется, поэтому приемы, рассчитанные на применение их к однородной массе, становятся неэффективными. Именно паблик рилейшнз в настоящее время способствует включенности граждан в политическую жизнь страны и тем самым способствует преодоления имеющего место отчуждения человека от власти, от государства и политических институтов [19].

В настоящее время многие граждане имеют доступ к любым СМК, в любой момент пользователи Интернета могут проверить практически любую информацию и оценить ситуацию под другим углом зрения (а не только с позиции, выгодной власти). Сегодня для этого уже не надо владеть иностранным языком – многие публикации зарубежной прессы доступны, например, на сайте www. inopressa. ru" [20]. Поэтому активная позиция государства в распространении в первую очередь правдивой информации о своей деятельности посредствам паблик рилейшнз позволяет привлечь на свою сторону все большее число граждан. Формирование отношений доверия общества к политической власти, обеспечение поддержки политического курса и, как следствие, успешная реализация мероприятий, инициируемых властью – главная задача политического ПР [21]. Одной из функций власти является мероприятия по консолидации общества [22], а особенно в кризисных ситуация и при неблагоприятной политической обстановки это особенно важно. Способствует ли этому деятельность паблик рилейшнз? Представляется что да.

В тоже время деятельность служб ПР во многом сводится к тому, чтобы быть проводником настроений граждан, общества и власти. Настроения общества власть получает по нескольким каналам (СМК, социологические исследования, данные спецслужб и т. д.), в том числе и через ПР. Оценка массового сознания граждан службами по связям с общественностью позволит оценивать эффективность действия властей, самих ПР-служб, и адекватно проводить корректировку своих действий [23] с целью повышения их эффективности.

ПР также являются деятельностью, направленной на облегчение доступа власти к современным СМК (через специально организованные институты ПР) субъектами политики. Такие действия в основном связаны с созданием благоприятных для СМК событий, которые привлекают внимание информационных агентств и позволяют распространять информацию о субъектах политики. Целью таких действий является распространение информации о политических проблемах и предлагаемых путях их решения. До определенной степени такая деятельность является управлением публикациями. Поток структурированных политических событий с целью достижения благоприятных отзывов в прессе связан с созданием имиджа, персонального имиджа политика, корпоративного имиджа партии или любого другого субъекта политики. Именно деятельность ПР главным образом направлена на создание такого структурированного

информационного потока в СМК [24]. Канадский специалист в области ПР Дж. Челлинора выделяет десять наилучших и наихудших моделей взаимодействия с государственной властью [25]. Среди наилучших моделей не на последнем месте стоит, по его мнению "благоприятное впечатление", или ничто иное, как имидж.

Споры о дате и месте зарождения ПР не утихают до сих пор. Не определены и структуры, первые взявшие на вооружение ПР-технологии: это бизнес или политические структуры [26]. Представляется, что в современном мире активное становление, развитие и функционирование служб паблик рилейшнз различными субъектами политики, с активным взаимодействие между ними самими, политическими институтами и сообществом, в т. ч. и мировым, будет способствовать налаживанию мира и взаимопонимания.

II. Возрастание роли СМК как средства реализации современной политической власти. Очевидно, что проблема взаимодействия в системе "власть – общество – СМК" была и остается предметом пристального внимания практиков и ученых-теоретиков. Анализ проблематики диссертаций показал, что больше всего исследований было посвящено роли средств массовой коммуникации в политических процессах. Таких работ в 2005 году было 62 [27]. Это и не удивительно: в современном мире именно массовая политическая коммуникация обеспечивает трансляцию и взаимообмен информацией между политической и социальной системами, а СМК, с помощью которых она осуществляется, являются важнейшим политическим институтом [28].

Считается, что в СССР политическая власть отошла от коммуникативной модели функционирования, так как все СМК были государственными. И конечно, в настоящее время такая модель (полностью огосударствленных СМК) вряд ли позволит власти быть уверенной в эффективном всеобъемлющем контроле информационной сферы. В то же время исследования Фонда защиты гласности показали, что до 70 % текстов, печатаемых в газетах и произносимых по телевизионным и радиоканалам, имеют своим главным предметом власть и ее представителей. А общество со всем своим спектром мнений и гражданскими инициативами все же чаще находится на периферии журналистского сознания и не может в этих условиях играть сколько-нибудь значимую роль в решении главных вопросов жизни страны.

Без сомнения, политическая власть одним из главных рычагов в регулировании социальной сферы использует в настоящее время СМК. Не случайно, исследователи полагают, что управление информационной средой есть ключ к управлению обществом [29]. Для донесения до населения информации о решениях и действиях властей сама власть инициирует создание СМК, при этом власть может напрямую использовать финансовые резервы для поддержания тех или иных СМК. К примеру, бюджетом Москвы на 2006 г. предусмотрены прямой строкой расходы на содержание СМК в сумме более 3,19 трлн. руб. (Источник: Бюджет города Москвы на 2006 г.) [30]. Опросы экспертов, проводившиеся институтом гуманитарных коммуникаций в течение ряда лет, показали, что степень независимости всех типов и видов масс-медиа от власти и крупного бизнеса все эти годы снижалась [31]. Если раньше в советское время все СМК были государственные, то с распадом Советского Союза и либерализации экономики часть СМК стали подконтрольными финансово-экономическим структурам. Истинно независимых СМК, которые покрывают свои издержки на издательскую деятельность от продажи тиража, не осталось. Все более или мене успешные средства массовой информации находятся в руках либо государства, либо финансово-промышленных групп. К примеру, телевизионные телеканалы – ОРТ, РТР, НТВ – подконтрольны государству, а ТВЦ подконтролен Правительству Москвы и т. д.

Очевидно, что одной из главных задач власти в отношении СМК является их использование для сохранения существующего политического режима. Формируя у населения требуемые образы и правила поведения, власть тем самым пытается создать требуемый уровень политического поведения граждан и общественных групп. Коммерческие радиостанции, ориентированные, как правило, на молодежную аудиторию (положившие в основу своего вещания развлекательность) информационно "обрабатывают" подрастающее поколение, почти полностью исключив из содержания программ социальную, гражданскую и воспитательную направленность. В подобном "разделении труда" в психологической обработке аудитории с помощью новостей проявляются зачатки новой идеологии, реализуются интересы не только власти, но и олигархических групп, и других крупных собственников СМИ [32].

Со стороны государства постепенно усиливается контроль в отношении СМК. В 1991 году у прессы появился закон о СМК, на тот момент как считают ряд исследователей, юри-

дически грамотный и взвешенный [33]. Впоследствии государством последовательно были приняты ряд законов, ужесточающих деятельность СМК [34]. То есть государство устанавливает "правила игры" для масс-медиа, в своей законотворческой деятельности оно постепенно уходит от явного либерализма в вопросах регулирования средств массовой коммуникации. Причем воздействие на них не ограничивается только лишь нормативно-правовой базой, у власти есть и ряд других более действенных ресурсов воздействия на СМК, такие как административные, финансовые и т. д.

Без сомнения, все ведущие державы в своем арсенале имеют государственные СМК. В то же время политическое руководство государства стремится оградить население от нежелательной или неугодной, по мнению властей, информации. Например, региональным китайским телеканалам теперь запрещено использовать материалы, предоставленные зарубежными СМК, а все электронные средства массовой коммуникации обязаны использовать сюжеты, подготовленные государственным Центральным телевидением и Международным радио КНР. Об этом заявляется в циркуляре, распространенным государственным управлением по радио и телевидению республики. Согласно данному документу, такое решение было принято с целью обеспечения правильного освещения международных событий. Оно стало необходимым в связи с тем, что в последнее время зарубежные СМК использовали различные способы для продажи китайским телеканалам материалов, имеющих определенную политическую окраску[2]. Еще более жестко осуществляет контроль за зарубежной информацией руководство Ирана. Иранская полиция уже осуществляет работу по изъятию спутниковых антенн в целях борьбы с "влиянием Запада" на население [35].

Иными словами, государственная власть претендует на монополию распространения информации. Такое положение сложилось объективно, так как СМК являются наиболее действенным средством формировании имиджа власти. Так, определяя роль СМК в формировании общественного мнения о милиции, исследователь Ю. Н. Мазаев, приходит к выводу: "... интерес к работе милиции у населения формируется, главным образом, через СМК, возникает не на улицах и в иных общественных местах, а при просмотре телепрограмм, прослушивании радиопередач, чтении газет и журналов" [36]. При этом нынешняя власть и руководство масс-медиа (быть может, с подачи самой власти) стремятся всячески деполитизировать СМК. Тенденция функционирования современных СМК в освещении политических событий сводится к созданию "политических шоу", и вымыванию в них сущности и содержания политического процесса.

Абстрактно можно предположить, что власть заинтересована в политическом ориентировании населения, естественно в том русле, который выгоден самой власти. Но при этом власть, используя свое влияние на СМК, не стремится ко всеобъемлющему, плюралистическому освещению событий, а заинтересована в трансляции событий в заказанном ею самой направлении.

Гарвардский профессор Джозеф Ной (бывший председатель Национального совета по разведке и замминистра обороны США) выделяет три различных механизма, с помощью которых можно добиваться желаемого от других людей или других государств. Он писал: "Мы можем, во-первых, принуждать их выполнять наши указания, во-вторых, покупать их согласие вести себя желаемым для нас образом и, в-третьих, добиваться того, чтобы они сами стремились сделать то, чего мы от них хотим" [37]. Именно СМК, со своими функциями формирования образа, освещения, повторения и фиксации событий (явлений), способствуют созданию желаемого образа поведения человека, группы или целого государства. Получается, что массовый информационный поток на другие страны и государства может изменить политическую ситуацию в конкретной стране или целом регионе (то есть воздействовать наравне или даже сильнее, чем политическая власть этих стран или регионов).

По мнению Г. С. Мельник [38] власть не просто влияет на общество, а с помощью СМК его дифференцирует на различные целевые группы. Тем самым воздействие на важнейшие для того или иного общества группы многократно усиливает воздействие на общество в целом. Показательным примером может служить ситуация с сербами в Косово, которую была сформирована кадрами, снятыми в 1992 году английской компанией ITN. Эти кадры демонстрировали, как всем показалось, концентрационный лагерь, так как человека показывали за колючей проволокой. Как оказалось позднее, вокруг лагеря вообще не было колючей проволоки. Однако журналисты на-

[2] Власти Китая запретили телеканалам страны использовать материалы зарубежных СМИ // http://www.polit. ru/news/2006/04/13/china. html.

шли в лагере дом, в котором было окошко с проволокой, и сняли изнутри албанца. Потом определили две целевые аудитории для воздействия на американское население: женщин и евреев. (Исследования установили, что именно на эти группы лучше всего направлять такую информацию, чтобы создать впечатление появления в Европе "новых нацистов"). В результате этой информационной кампании появились "плохие сербы" и "хорошие албанцы". При этом информацию сербской стороны западные СМК практически полностью игнорировали [39].

Также важно отметить, что иногда крупные медиа-холдинги начинают играть роль так называемых "эрзац-партий", формируя сообщества-аудитории даже в условиях слабости реальных политических партий. Эти политизированные аудитории, нередко объединенные общими целями и ценностями, стали сообществами "нового типа" [40]. Можно предположить, что такая дальнейшая динамика взаимопереплетения политики и СМК, в будущем приведет к стиранию понятия политическая партия, объединение, блок и т. д. Или образуется конгломерат типа: политическая партия – СМК (СМК – политическая партия). Безусловно, такое предположение выглядит футуристичным и спорным, но динамика движения к этому есть.

По мере развития информационной техники и технологии СМК превращаются в средство достижения целей войны, которые власть активно использует. Они все чаще используются вместо "горячих" войн для достижения политических целей, в результате чего без выстрела исчезают многие мощные государства и радикально изменяется политическая картина мира [41]. В частности, в США в 1997 г. предполагалось создать силы быстрого реагирования СМК (Rapid Media Reaction Force – RMRF). Их задачи в свое время сформулировал бывший директор Центральной разведки США У. Студеманн: "RMRF должны использовать все возможные пропагандистские приемы и средства для целевого информационно-психологического воздействия на население тех стран и регионов, где Вооруженные Силы США планируют или осуществляют боевые операции" [42]. Стоит заметить, что население любых других стран рассматривается государством-оппонентом в качестве одной из главных сред воздействия. Потому что современные войны идут в первую очередь в головах людей, а не на полях сражений. Например, количество погибших в современных войнах мирного населения по отношению к участвующим в боевых действиях военнослужащим с каждым годом возрастает. Население противоборствующей стороны становится главным объектом влияния. Немаловажным фактором является и стоимость проведения таких информационных войн, что, безусловно, выгодно руководству любого государства.

А выгода заключается в следующем. Во-первых, информационная война идет скрытно, и поэтому без массовых человеческих жертв, что не вызывает большой социальной напряженности в обществе. К примеру, антиправительственные выступления в США по поводу вьетнамской войны вынудили правительство отозвать из Вьетнама войска. Во-вторых, эффективность информационной войны, при правильной ее организации способна подорвать доверие к власти в обществе, при условии того, что противник, быть может, во много раз слабее в живой силе, материальном и финансовом плане. В-третьих, стоимость проведения информационных войн в несколько крат ниже, чем реальных наземных, воздушных, морских, и уж тем более космических войн. В-четвертых, эффективность достижения целей через проведения информационных войн, бывает иногда намного успешнее, чем обычными средствами. Типичный пример, бывший СССР, страны Восточной Европы.

Эффективность политического управления на современном этапе во многом позиционирует как уход от командно-административной, вертикальной системы с переходом на метод так называемого "мягкого", "согласительного" управления. В связи с этим, в системе политического управления возрастает роль и значение паблик рилейшнз. В современном обществе все более актуализируется роль СМК как средство политической власти в управлении обществом. Устойчивость власти, степень одобрения ее действий обществом, т. - е. поддержание высокого уровня легитимности, находится в прямой взаимосвязи с ее информационно-коммуникативными свойствами. В тоже время активное использования современных информационно-коммуникационных технологий позволяет в некоторой степени программировать поведение общества, устанавливать так называемую "политическую повестку дня". Изменение (возрастание) места и значения политической коммуникации в российском обществе характеризуется утверждением новой организации власти в России – медиакратии – власти, осуществляемой через средства массовой коммуникации. Наблюдается перетекание медийной элиты в политическую и наоборот.

ЛИТЕРАТУРА

1. Марченко Г. Коммуникативный подход в политике (теоретико-методологические основания политического консультирования) // Власть. – 2004. -№ 6. – С. 55–61.

2. Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2003. – С. 514.

3. Гаджиев К. С. Введение в политическую философию: Учебное пособие. – М.: "Логос", 2004. – С. 99.

4. Овчинникова М. А. Связи с общественностью как технология президентской власти в США: Дис. ... канд. полит. наук. – М., 2002. – С. 19.

5. Сарасов Е. А. Региональная пресса в системе политических коммуникаций (на примере печатных СМИ Челябинской области): Автореф. дис.... канд. полит. наук. – Екатеринбург, 2003. – С. 18.

6. Абанкин Д. А. Коммуникативное сопровождение процесса принятия политических решений: Автореф. дис. ... канд. социолог. наук. – М., 2003. – С. 10.

7. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. // Полит. исслед. – 2002. -№ 3. – С. 5–18.

8. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития – М.: Прометей, 2004. – С. 65.

9. Мельник В. А. Современный словарь по политологии – Мн.: Книжный Дом, 2004. – С. 476–478.

10. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – С. 890.

11. Dervis K., C. Ozer. A Better Globalization: Legitimacy, Governance and Reform. – Washington: Center for Global Development, 2005. – P. 46.

12. Основы современного социального управления: теория и методология: Учебное пособие / Под редакцией В. Н. Иванова. – М.: ОАО "НПО "Экономика», 2000. – С. 13.

13. Иванов В. Об особенностях реализации функции социального управления в Интернете (на примере сайта http://www. e-government. ru) // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. – М.: Гендальф, 2002. – С. 121.

14. Кузьмина О. Г. Реклама и паблик рилейшнз как инструменты информационно управленческого воздействия: социальный аспект // Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации" / Под ред. В. В. Тулупова – Воронеж: ВГУ, 2006. – С. 142.

15. Палусзек Л. Дж. Пропаганда, связи с общественностью и журналистика: когда с хорошей работой случаются неудачи // http:// www. pr-club. com/PR_Lib/Fesenko. shtml.

16. Овчинникова М. А. Связи с общественностью как технология президентской власти в США: Дис. ... канд. полит. наук. – М., 2002. – С. 9, 21.

17. Твирова Ю. А. Политическая коммуникация как фактор трансформации политической системы современной России: Автореф. дис.... канд. полит. наук. – Орел, 2003. – С. 16.

18. Thomas L. Friedman. The World is Flat a Brief History of the Twenty-First Century. – N. Y.: Farrar, Straus and Giroux, 2005. – P. 212–216.

19. Савинова О. Н. Власть и общество: деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления: Автореф. дис. ... д-ра полит. наук. – М., 1998. – С. 6.

20. Масс-медиа и политика в России девяностых // http://old. russ. ru/politics/ 20001114_IY-pr. html.

21. Кузьмина О. Г. Реклама и паблик рилейшнз как инструменты информационно управленческого воздействия: социальный аспект // Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации" / Под ред. проф. В. В. Тулупова. – Воронеж: ВГУ, 2006. – С.143.

22. Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или покорение толпы: Научная монография. – М.: Книжный дом "Университет", 1999. – С. 122.

23. Анникова В. А. Информационная политика в системе властных отношений: региональный аспект: Автореф. дис.... канд. полит. наук. – М., 2001. – С. 16.

24. Политические коммуникации партий. PR в политике // http://www. pr-club. com/ PR_Lib.

25. Челлинора Дж. Десять наиболее и наименее благоприятных моделей взаимодействия с государственной властью // http://www. pr-club. com/PR_Lib/10models. shtml.

26. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учебное пособие / Перевод с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003 // http://media. utmn. ru/library. ph.

27. Грабельников А. А. Журналистика и массовая коммуникация в диссертационных исследованиях 2005 г. // Материалы Всерос-

сийской научно-практической конференции “Проблемы массовой коммуникации” / Под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж: ВГУ, 2006. – С. 225.

28. Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Полит. исслед. – 2003. -№ 3. – С. 109.

29. Доброхотов Р. А. Политика в информационном обществе // Полит. исслед. – 2004. -№ 3. – С. 154–161.

30. Шевченко А. Ушастый PR // http:// www. building. su/b_1_pr2. shtml.

31. Дзялошинский И. М. СМИ и гражданское общество // Актуальные проблемы Европы. Гражданское общество в современной Европе: Сб. статей / Ред. – сост. Т. Н. Мацонашвили. – М.: ИНИОН РАН, 2003. – С. 201.

32. Смирнов В. В. Программы новостей “Радио России” в современном эфире и их роль в идеологическом воздействии на аудиторию // Материалы Всероссийской научно-практической конференции “Проблемы массовой коммуникации” / Под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж: ВГУ, – 2006. – С. 196.

33. Симонов А. К. Метаморфозы четвертой власти. СМИ превратились в информационную составляющую государства // Независимая газета. – 2005. – 7 октября.

34. Закон РФ от 21 июля 1993 г. № 5485–1 “О государственной тайне”, Федеральный закон от 31 мая 1996 г. № 61-ФЗ “Об обороне”, Концепция национальной безопасности Российской Федерации, Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 9 сентября 2000 г. № ПР-1895, Федеральный конституционный закон от 30 мая 2001 г. № 3-ФКЗ “О чрезвычайном положении” и ряд других.

35. Иран объявил войну тарелкам // Московский комсомолец. – 2006. – 15 августа.

36. Мазаев Ю. Н. Роль СМИ в формировании общественного мнения о милиции // Социол. исслед. – 2004. – № 2 – С. 108–109.

37. Ной Дж. С. Гибкая власть: Как добиться успеха в мировой политике. – Новосибирск; Москва: Тренды, 2006. – С.175.

38. Мельник Г. С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: Автореф. дис.... д-ра полит. наук. – СПб., 1998. – С. 25.

39. Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности // http://psyfactor. org/smi. htm.

40. Алексухин С. И. Формирование новых коммуникативных сообществ // Электронный журнал “Исследовано в России” / http:// zhurnal. ape. relarn. ru/articles/2003/127. pdf. – С. 1508.

41. Андрианов Д. А. Политическая компонента информационной безопасности российского общества: Автореф. дис.... канд. полит. наук. – М., 2002. – С. 11.

42. Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. – М.: Горячая линия – Телеком, 2003. – С. 190.

Рецензент – М.Е. Новичихина.

Статья принята к печати 18.12.2006.

“МЕЛОЧИ” ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ЖУРНАЛИСТА: К ПРОБЛЕМЕ ВЫБОРА ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА В ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

© 2007 Е.А. Зверева

Тамбовский государственный университет

Зачастую журналисты не только слепы в вопросах профессиональной культуры, но и не придают значения последствиям собственной деятельности. Причем, обсуждению в СМИ всегда подвергаются лишь грубые ошибки, а мелким повседневным ошибкам, всем тем вещам, которые, казалось бы, не приносят большого вреда, в дискуссии уделяется мало внимания. В книге “Настоящая вещь” Том Стоппард отмечает, что “слова – священны, они заслуживают уважения... Если ты выбрал правильные слова и поставил их в правильном порядке, ты можешь чуть-чуть сдвинуть мир” [4, 114-115].

Если в публицистической статье нарушение смысловой связи между содержанием материала и заголовком еще не обязательно вводит читателя в заблуждение, то в современной информационной заметке зазывный скандальный заголовок часто не дает никакого представления о ее действительном содержании. А если учесть, что около 80 % читателей уделяют внимание только заголовкам (по мнению екатеринбургского исследователя Э. А. Лазаревой), то их дезинформация тут налицо. Говоря о газетных заголовках с точки зрения журналистской этики, следует иметь в виду интересы читательской аудитории, ее право получить достоверную и своевременную информацию, выраженную литературным языком. Нарушения подобного рода в заголовках можно поделить на следующие группы [2, 46]:

1. Заголовки, которые искаженно трактуют информацию, содержащуюся в тексте.

Для читателей, которые черпают информацию лишь из заголовков, это откровенная дезинформация. Один из материалов газеты “Мое” озаглавлен “И гомосексуалист может быть священником” (2004, 26 октября – 1 ноября). Естественно, такое утверждение может нанести серьезный ущерб моральным ценностям и взглядам аудитории. Кроме того, заголовок искажает содержание публикации, так как интервьюер о. Андрей Кураев говорит не о совершении деяния, а об осознании его греховности и, следовательно, покаянии: “В психологии гомосексуалистом называют не человека, который был застукан в каком-то неприличном контакте, а человека, у которого есть сложившаяся структура сексуальных реакций, даже если во внешней жизни они не проявляются. Церковные каноны осуждают действие. Соответственно, если гомосексуалист не совершает действие, раскаивается в своих помыслах, он может быть священником”. Важно отметить, что в заголовок вынесен лишь один из пунктов беседы, занимающий небольшой процент по сравнению с остальным.

“Учиться тошно!”, – провозгласили авторы газеты “Житье-бытье” (2004, 10 мая). Школьники и студенты уже обрадовано подняли головы в надежде прочитать о том, что отвечает их душевным порывам. Но оказывается, что материал посвящен аварии на городском коллекторе, едва не закончившейся массовым отравлением учащихся рассказовской школы № 9. И ни слова о тяготах серых школьных буден, т. е. опять налицо искажение в заголовке основной темы публикации и дезинформация читателя.

2. Стоит особо выделить группу заголовков, задевающих права героев журналистских материалов.

Являясь микротекстом и называя полное имя героя (чаще всего, известное и популярное), публикации содержат такую информацию о нем, которая текстом не подтверждается. “Лужков откроет Кремль”, – заявляет “Экспресс-газета”. Но ожидания читателя не оправдываются последующим тестом, т.к. речь идет об открытии пятизвездочного отеля “Kremlin Palace” на берегу Средиземного моря и планируемом приезде Юрия Михайловича. Авторы той же “Экспресс-газеты” гораздо более бесцеремонно обошлись со всеми любимой актрисой Лией Ахеджаковой, вынеся в заголовок, что ее “обули” в метро. На самом деле заметка посвящена тому факту, что голос народной артистки использу-

ют для рекламы обувной компании в московском метрополитене.

От "Комсомольской правды" досталось поклонникам Владимира Кузьмина. Из публикации (2004, 30 ноября) "На концерте Кузьмина в Курске избили беременную женщину" шокированный сердобольный читатель не узнает подробностей "преступления", т. к. на самом деле поклонник артиста, "в экстазе размахивая руками, нечаянно задел живот беременной женщины, сидевшей рядом". Кстати, практика "передергивания" факта в заголовке уже стала особой манерой "Комсомольской правды" и встречается в огромных количествах в каждом номере данного издания.

3. Заголовки, рассчитанные на читателя с непритязательным вкусом.

Такие заголовки если и содержат достоверную информацию, то не отвечают принципам журналистской этики. Коллекционируя уродливые явления действительности и привлекая к ним общественное внимание черными заголовками, журналисты невольно приучают читателя к обыденности беспредела. Недаром именно подобного рода заголовки служат аргументом в пользу причисления издания к разряду "желтой прессы", например, таких, как газета "Жизнь": "В Пензе жена слопала супруга, сдобрив его томатной пастой", "Каннибал. Людоед варил из любовниц тушенку" (2004, 1 декабря). Типичными для газеты "Житье-бытье" стали подобные "гвоздевые" материалы: "Мать уморила сына голодом", "18-летний призывник на собственных проводах в армию проломил голову 15-летнему пареньку" (2004, ноябрь). И даже издания, претендующие на "звание" массового (а не "желтого"), например, газета "Мир информации", не могут обойти вниманием тот факт, что житель Мичуринска "Поджарил и съел ногу собутыльника" (2004, 18 мая). Неудивительно, что постоянный читатель подобной прессы сильнее чувствует свое существование под угрозой преступления, чем читатель качественной газеты.

Очевидно, что реципиента в первую очередь необходимо привлечь, а не информировать. И потому скорее правилом, а не исключением для таких изданий, как "Желтая газета", становятся следующие заголовки: (2004, № 47) "Продюсер решил убить "Блестящих", "Кто стирает трусы звезд?", «Сенсационные подробности съемок "Новогоднего огонька" на канале СТС: звезды бухали, скандалили и посылали телевизионщиков куда подальше».

Из-за тенденции постановки сенсации в центр сообщения меняется взгляд реципиентов на реальность. Дело доходит до неверной оценки реальности. Внешним воздействием погони за сенсациями является то, что теряется пропорциональное отношение между новостью и ее действительным общественным значением. Ориентация на сенсационное и привлекающее всеобщее внимание ведет к тому, что восприятие мира осуществляется лишь как поверхностное, ибо сенсационное и привлекающее внимание держится на поверхности.

4. Заголовки, в которых оскорбляется честь и достоинство читателей.

Вряд ли говорит об уважении к аудитории заголовок "Вниманию претендентов на нары" ("Труд", 1994, 7 июля). Равно как и восклицание, стоящее в конце заметки, которую это название венчает: "Кандидаты на нары, спешите!". В материале говорится о сдаче в эксплуатацию нового следственного изолятора. К счастью, подобные заголовки, составленные в форме обращения к аудитории, встречаются в нашей прессе редко. Хотя, на наш взгляд, все вышеперечисленные категории заголовков также оскорбляют честь и достоинство читателя, пусть не напрямую, но намекая аудитории, что ее считают полуграмотной массой со звериными инстинктами и полным отсутствием интеллекта.

Майкл Галлер и Гельмут Гольцей пишут в предисловии к вышедшей в 1991 г. хрестоматии "Этика СМИ": «Даже если это оспаривают некоторые журналисты, продукция медийных средств все в большей степени поставлена в условия, которые практически не имеют ничего общего с "нравственными" убеждениями, с сохранением достоинства человека или с продвижением "всеобщего блага", но все больше связаны с действительными условиями рынка» [6, 170]. С ростом конкуренции в медийной сфере и связанным с этим давлением актуальности и сенсаций наблюдается растущее огрубление журналистских нравов. Важным является не позволять зрителю скучать и удерживать его в напряжении, а цена не имеет значения.

В интервью "Российской газете" Я. Н. Засурский, размышляя о подготовке журналистов, отметил: "Нам нужно воспитывать уважение к людям, учить думать о производимом эффекте на зрителя, на читателя" [3]. Потоки негативной информации чаще всего носят недобросовестный характер, т.е. непродуманный со стороны авторов. Их интерес к этому объясняется экономическим фактором: газете нужно на что-то жить.

Стоит отметить, что сами журналисты отчетливо видят как проблему снижения планки профессиональной культуры, так и связанную с ней проблему деформации содержания материала в заголовочном комплексе. Проанализировав ряд Кодексов профессиональной этики, можно сделать вывод о серьезной представленности проблемы в целом ряде журналистских документов.

Кодекс этики Общества профессиональных журналистов США зафиксировал положение о том, что "заголовки газетных материалов должны полностью соответствовать содержанию статей, фотографии и телепередачи должны точно изображать события, а не вырывать их из контекста" [5]. В Принципах публицистики (Германия) отмечается: "Обработка, заголовок или подпись под фотографией не должны искажать или фальсифицировать смысл материала". Национальный кодекс поведения Дании: "Заголовки и подзаголовки должны соответствовать содержанию статей и иных публикуемых материалов". Рекомендации по качественной журналистской практике (Финляндия): "Заголовки, подписи к фотографиям, врезки, аннотации, другие сопроводительные материалы должны находиться в соответствии с содержанием статьи".

Профессиональная культура журналиста, являющаяся частью общей культуры человека, во все времена высоко ценилась в обществе и считалась показателем уровня интеллекта и образованности. Один из первых журналистских кодексов – "Каноны журнализма" Американского общества редакторов (1923) – провозгласил: "Профессия журналиста требует высокой степени интеллигентности, знаний, опыта. <...> С обязанностями журналиста неразрывно связаны обязанности педагога и популяризатора".

Современные кодексы журналистской этики также обращают внимание на нравственную и культурную составляющую журналистского творчества, например, Принципы публицистики (Германия) зафиксировали следующее положение: "Публикация текстов и фотографий, которые в силу своей формы и содержания могут оскорбить нравственные или религиозные чувства группы лиц, несовместима с ответственностью, лежащей на печати. <...> Неподобающая сенсационность в освещении событий имеет место тогда, когда человек низводится до уровня объекта, до уровня простого средства".

Если обратиться к российскому опыту, то можно обнаружить только отдельные положения о конкретных языковых нормах в "Меморандуме информационного агентства ТСН" и в "Хартии телерадиовещателей". В частности, один параграфов "Меморандума информационного агентства ТСН" озаглавлен "Язык" и содержит следующие правила для журналистов: "Язык ТСН – литературный, но простой, разговорный – доступный, яркий и образный, но не за счет дешевых словечек, пошлости, жаргона". Телерадиовещатели России провозгласили в своей Хартии "стремление к чистоте, правильности и образности русского языка в телерадиоэфире, отказ от употребления ненормативной лексики, сленговых и жаргонных выражений". К сожалению, не было найдено подобных положений в общем и для электронных, и для печатных СМИ документе – "Кодексе профессиональной этики российского журналиста". Документ ограничивается декларацией обязательств журналиста избегать употребления оскорбительных выражений и нанесения ущерба неполнотой и неточностью информации; уважать "честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания".

Американский исследователь журналистской этики Эдмунд Ламбет выделяет несколько "болевых точек" этических кодексов, имеющих непосредственное отношение и к "Кодексу профессиональной этики российского журналиста": они сформулированы в слишком общих чертах; они были приняты во имя связей с общественностью; они являются всего лишь гипотетическими; они не включают механизмы их соблюдения, хотя "само беспокойство по поводу кодексов может отражать осознание, по крайней мере, некоторыми журналистами, того, что суть этики невозможно кодифицировать и что просто следует превратить в привычку рассмотрение альтернативных образов действия в свете принципов, которые иногда входят между собою в конфликт" [4, 104].

Проблема выполнения положений кодексов этики горячо обсуждаются во всем мире, а в России этого практически не происходит. Как показали обсуждения, российские журналисты очень чувствительны к возможности возвращения контроля и цензуры. Несмотря на то что были предложения внести в кодекс элементы, обязывающие журналистов выполнять нормы (например, осуждение за нарушение, включение кодекса в трудовое соглашение), все они сразу же были отвергнуты [1, 64-100]. По мнению журналистов, принятие или непринятие профессиональных норм поведения является личным делом каждого и кодекс этики может служить лишь для поддержания личных обязательств.

Однако, помимо этических кодексов, среди наиболее признанных в международном масштабе механизмов саморегулирования называют независимые советы СМИ. Советы призваны защищать права общественности от недобросовестности СМИ, делать заявления, если тот или иной орган нарушил определенные нормы. Как пишет президент Фонда защиты гласности Алексей Симонов, "без принятия свода осмысленных правил саморегулирования профессия деградирует, утонет в заказухе, компроматах и скрытой рекламе" [1, 135]. Саморегулирование СМИ иногда сравнивают с коллективной клятвой Гиппократа, где главный принцип "Не навреди" из-

ложен подробно, с перечислением опасных зон, где может быть нанесен вред. С другой стороны, саморегулирование – это создание процедур по разрешению конфликтов, прописанный механизм выявления, признания и исправления возможных ошибок.

Против "состряпанных" материалов, содержащих оскорбления и грубости, в свое время выступала Судебная палата по информационным спорам, существовавшая до 2002 года. Несмотря на то, что после ее упразднения на федеральном уровне не организовано аналогичных государственно-общественных институтов, разнообразные арбитражные органы создаются на различных уровнях саморегулирования СМИ на основе частной инициативы. В 2004 г. в России были созданы региональные органы саморегулирования, в частности, в Ростовской, Кировской, Саратовской, Нижегородской областях созданы Советы по информационным спорам. Все они заняты решением конкретных конфликтов в сфере массовой информации.

Возможно ли с помощью институтов саморегулирования решить проблемы, связанные с профессиональной культурой журналиста и в частности с деформацией содержания материала в заголовочном комплексе? Если обратиться к опыту Совета по информационным спорам в Ростовской области, то можно обнаружить пример разрешения спора по поводу несоответствия заголовков серии статей их фактическому содержанию. В экспертном заключении по поводу обращения пресс-секретаря Калининградского областного суда Е.В. Маначиной о серии материалов, опубликованных в течение сентября 2003 – сентября 2004 г. в газете "Калининградские новые колеса", отмечалось: «Заголовки публикаций "Продажная Фемида под грифом "секретно", "Позорная Фемида", "Судебная мафия бессмертна" предполагают раскрытие и описание случаев конкретных противоправных действий судей, привлечение обширных материалов журналистского расследования. Однако читатель ничего подобного не находит непосредственно в самих текстах» [1, 467-474]. Совет делает вывод о том, что газета отошла от деонтологических норм Европейской конвенции по правам человека (ст.10).

Особая филологическая экспертиза Совета по информационным спорам в Ростовской области занималась анализом заголовка статьи газеты "Новочеркасский наблюдатель" от 25.11.2005 г. – "Мэр или палач?". Эксперты пришли к выводу о несоответствии текста статьи и заголовка, который лишен соответствующей фактологической подкрепленности. В качестве одной из причин несоответствия эксперты называют привлечение внимания читателя путем размещения "сенсационного" заголовка и делают вывод о том, что заголовок "следует признать не совсем этичным с точки зрения требований, предъявляемых к профессии журналиста" [1, 479-493].

В последнее время почти аксиомой становится констатация понижения престижа СМИ как следствие нарушений адекватности информирования общества. В этих условиях особое значение приобретает выбор целей творческой деятельности журналистом и СМИ, поскольку данный выбор определяет способность журналистики создать правдивую картину мира. В современной российской практике можно выделить три основные цели, для реализации которых создаются журналистские материалы, и, соответственно, формируются три основные тенденции развития журналистики.

1. Формирование меркантильной журналистики [7] или проблема экономизации журналистики [6]. Самое главное – предоставить аудитории тот информационный продукт, за который клиент, который всегда прав, готов заплатить наибольшие деньги. Опасность прогрессирования экономизации или меркантильной журналистики состоит в возможности того, что потребителя СМИ не будут оптимально информировать, а будут льстить или провоцировать оптимальным образом в целях максимально выгодной продажи информационного продукта.

2. Манипуляционная журналистика, которая ставит перед собой цель стать "четвертой властью" и возвыситься над аудиторией. Следствием манипуляции общественным мнением становится деформация процесса массовой коммуникации и ограничение права граждан на полную и достоверную информацию. Кроме того, манипуляционная журналистика в своих крайних проявлениях способствует проявлению непримиримости, агрессивности и политического экстремизма.

3. Гуманистическая журналистика как потенциальная сила и перспектива российской журналистики. Стремление вместе со своей аудиторией разобраться в стоящих перед обществом и личностью проблемах имеет глубокие корни в прошлом, поскольку отечественная журналистика всегда считала главной задачей просветительство, интеллектуальное и нравственное обогащение читателей. Но, к сожалению, эта тенденция не лидирует сегодня в российской прессе, хотя есть отдельные произведения, отвечающие требованиям гуманистической журналистики.

В любом случае, выбор цели и, соответственно, этических норм, которыми журналист руководствуется в своем творчестве, является выбором конкретной личности. Особенность выбора на-

прямую связана с качеством профессиональной подготовки журналиста, т.к. следствием профессиональной незрелости является искаженное представление о социальных обязанностях прессы при выборе формы преподнесения реальности.

На наш взгляд, СМИ, заботясь о реализации функции воздействия, не должны забывать о воспитательной функции – вырабатывать художественно-эстетический вкус, помня, что культура – это еще и правильный и адекватный выбор языкового знака. Ведь обладая таким оружием, как печатное или звучащее слово, медиа способны влиять на коммуникативную культуру нации и определять преобладание литературных элементов в речи носителей русского языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Актуальные проблемы саморегулирования средств массовой информации / Под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М.: Институт проблем информационного права, 2005. – 628 с.

2. Анненков А. Сюрпризы газетного заголовка / А. Анненков // Журналист. – 1995. - № 11. – С. 46.

3. Засурский Я. Свобода есть – ума не надо / Я. Засурский // Российская газета. – 2004. – 29 октября.

4. Ламбет Э. Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии / Э. Б. Ламбет. – М.: ВИОЛАНТА, 1998. – 320 с.

5. Профессиональная этика журналистов: В 2 т. Документы и справочные материалы. - М.: Галерия, 1999. – Т. 1. – 440 с.

6. Этика СМИ. – М.: КноРус, 2003. – 260 с.

7. Юрков А. А. Этика журналистского творчества / А. А. Юрков. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. – 142 с.

Рецензент – А. М. Шестерина.
Статья принята к печати 16.10.2006.

ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПЕЧАТНЫХ СМИ: ОБЪЕКТИВНЫЕ СЛОЖНОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ

© 2007 А.А. Колосов

Воронежский государственный университет

ЭВОЛЮЦИЯ ФОТОГРАФИИ И ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ

Десятки тысяч негативов, полученных в XIX веке на стеклянных пластинах и дошедших до нас в идеальном состоянии, свидетельствуют о юном возрасте одного из самых массовых увлечений человечества. Споры о важности одних и второстепенности других процессов вокруг него и внутри его, как среди непосредственных создателей фотоизображений, так и среди пассивных зрителей, лишь подтверждают бурное развитие этого феномена, хотя некоторые спорщики предрекают фотографии скорую кончину.

В отличие от Ньепса, получившего изображение на металлической пластине, покрытой раствором асфальта в лавандовом масле, Ж. Дагер и Талбот в качестве светочувствительного слоя использовали йодистое серебро. С помощью дагерротипии получался позитивный отпечаток, исключающий возможность изготовления копий. В процессе получения изображения способом калотипии Талбота изготавливался негатив, с которого можно было тиражировать практически любое количество копий.

“С пришествием отпечатков на бумаге появилась возможность размножения фотоизображений, интерес к фотографии среди издателей и газетчиков вскоре перерос в деловое стремление воспользоваться новшеством по-настоящему. В книгах и периодических изданиях фотоснимков становилось все больше, особенно с 1850-х гг., вслед за появлением настоящей фотопечати. Стремительное развитие средств сообщения, подъем туризма и международной торговли, совпавшие по времени с успехами фотографии, способствовали ее распространению” [1, 111].

Бурно и плодотворно развивающаяся фототехника позволила человеку с фотоаппаратом стать незаменимым членом научных экспедиций, свидетелем и летописцем военных кампаний, исследователем жизни неизвестных миру племен и народов. Изобретение шторно-щелевого затвора (в первых камерах роль затвора выполняла передняя крышка объектива) открыло для фотографии, ранее отражавшей лишь неподвижные объекты, захватывающий по красоте и непредсказуемости мир движений. Во второй половине XIX в. зарождается репортажная фотография: англичанин Р. Фентон снимает Крымскую войну 1853–1856 гг., М. Брейди и А. Гарднер – гражданскую войну 1861–1865 гг. в Соединенных Штатах Америки. От незамысловатого или вычурного постановочного портрета фотографы устремляются к поиску новых изобразительных форм и решений, присущих только фотографии, – все в меньшей степени сказывается в творчестве ярких фотомастеров того времени подражание живописи. Фотография обретает свой язык изобразительных средств, в ней отчетливо формируются и развиваются новые принципы художественных решений, основанные на ее документальной сущности.

Сотни безвестных ныне фотографов в десятках российских городов принялись осваивать и развивать новое ремесло. Некоторым из них уже через несколько лет удалось возвысить его до уровня искусства. Российские фотографы участвуют в издании специальных фотографических журналов и альманахов, усовершенствуют и конструируют фотографическую технику и оптику, активно экспонируют свои работы на региональных, общероссийских и международных выставках.

К концу XIX века в России издается около двух десятков фотографических журналов. Практически в каждом губернском городе с развитыми промышленностью и торговлей открываются фотографические заведения – прообразы нынешних фотоателье и фотолабораторий. В них клиенты могли заказать студийный портрет, съемку на натуре, купить уже готовые пейзажи или виды города. Владельцами и учредителями таких фотомастерских становятся, как

правило, высококлассные инженеры, тяготеющие к искусству, профессиональные художники, талантливые выходцы из народа, в детские годы прошедшие выучку у первых в России известных мастеров.

Одной из самых ярких личностей в истории отечественной фотографии второй половины XIX – первой половины XX вв., несомненно, является Максим Петрович Дмитриев. Незаконнорожденный сын крепостной дворовой девки из Кирсановского уезда Тамбовской губернии появился на свет 9 августа 1858 года, за два с половиной года до отмены крепостного права в России. В 15 лет, учеником фотографа Императорского дома, мастера Московского живописного цеха Михаила Петровича Настюкова, он начинает изучать азы светописи и уже через несколько месяцев проходит путь от мойщика стекол для фотографических пластин до первого помощника Михаила Петровича. В это же время Максим Дмитриев посещает воскресные рисовальные классы Строгановского художественного училища, самостоятельно изучает историю отечественной живописи и архитектуры. Уже через год хозяин берет его с собой для работы в фотографическом павильоне на Нижегородскую ярмарку. Здесь и состоялось судьбоносное знакомство Максима Дмитриева с известным фотографом-художником Андреем Осиповичем Карелиным, выпускником Санкт-Петербургской Академии художеств. Опытный мастер заметил талантливого юношу и в 1879 году пригласил его к себе на работу.

Невероятные по сложности одного только технического осуществления, фотоэкспедиции Максима Дмитриева заставляют преклоняться перед его талантом, трудоспособностью и патриотизмом тем искреннее, чем очевиднее становится бурный процесс эволюции техники, оптики и фотоматериалов. Не всякому современному фотографу, оснащенному легкой и компактной техникой, по плечу то, что осуществил Максим Петрович в конце XIX века. Пройти, проплыть, проехать от истоков до устья Волги с многопудовым грузом, который составляли громоздкие деревянные крупногабаритные фотоаппараты, тяжелые и хрупкие фотографические пластины (размером до 50х60 см) – уже испытание не из легких. Оставить в дар современникам и потомкам тысячи изумительных по достоверности, образности высокохудожественных изображений главной русской реки, исторических и природных памятников на ее берегах и народов, ее населявших (потратив на волжские экспедиции около 40 тысяч рублей собственных денег) – разве не альтруистический подвиг! Не обладая наследственными капиталами, Максим Дмитриев, надо полагать, компенсировал подобные, немыслимые не только для бедняков, затраты, выполняя фотографические заказы для состоятельных соотечественников.

Некоторые современные исследователи называют Максима Петровича Дмитриева основателем отечественного фоторепортажа. На чем основываются эти утверждения? Снимки Дмитриева достоверны, исторически документальны, технически безупречны, образны. Выполненные им в XIX веке портреты купцов, писателей, старообрядцев, обитателей ночлежек, крестьян и рабочих сегодня просто бесценны. Фотохроника голодающего Поволжья, созданная Максимом Дмитриевым в период неурожайных 1891–1892 гг., не претендует на полноту освещения народного бедствия. С громоздким фотоаппаратом и тяжелым грузом фотопластин автор побывал лишь в некоторых, наиболее пострадавших от голода и эпидемий, уездах Нижегородской губернии. О чем он пишет сам в предисловии к фотоальбому "Неурожайный 1891–1892 год в Нижегородской губернии", изданному в собственной фототипии: "Альбом этот, хотя и не дает полного понятия о положении Нижегородской губернии в бедственный 1891/1892 год, так как заключающиеся в нем снимки с натуры касаются лишь некоторых уездов Нижегородской губернии, тем не менее представляет в общем наглядные картины пострадавшего населения губернии и, главным образом, способов помощи ему, оказанной правительством и частными людьми, выразившейся одинаково во всех уездах губернии.

Представляя настоящий альбом публике, смею просить ее быть снисходительной к моему труду, исполненному, насколько мне кажется, добросовестно, но при крайне ограниченных средствах и количестве времени, которое я мог посвятить на его создание" [2].

Фоторепортаж как метод съемки, исключающий инсценировки и постановки, вторжение в суть происходящих событий и перекраивание ее на свое усмотрение – явление редкое и маловостребованное со стороны издателей, увы, как в наше время, так и на заре становления визуальной коммуникации.

Двадцатый век стал временем расцвета фотопублицистики. От бесстрастной фиксации событий передовые фотографы переходят к их философскому осмыслению – золотое время искренней фотожурналистики! И это – на фоне великой американской депрессии, не терпящей противоречий коммунистической пропаганды, отупляющего фашизма, лицемерно жиреющего капитализма, тонущей в крови национально-освободительных войн Африки...

Визуальная информация, искренняя (личностная, авторская) фотожурналистика в частности, становится не столько усваиваемым (и принимаемым) на сто процентов посланием, сколько попыткой рассказать о событии через собственное понимание. Своеобразным приборчиком, посылающим в открытое пространство сигнал, по которому близкие или дальние от тебя зрители смогли бы понять, ты "свой" или "чужой". Бесстрастное (бесчувственное) информирование все еще провозглашается одной из важнейших функций современной журналистики и называется **объективностью**. Кто всерьез верит в этот миф в пору политических, финансовых, корпоративных, религиозных и множества других (очевидных и предполагаемых, успешно скрываемых) договоров, сговоров, воздействий, запугиваний, подкупов, симпатий и антипатий?

Любой искренний и творчески самостоятельный фотожурналист всегда ищет в окружающих его событиях лишь одному ему близкие "элементы, рождающие искру смысла" [5].

У каждого самостоятельного фотожурналиста, фотохудожника – свой "набор" творческих инструментов, свой порядок и свои правила пользования ими.

Людей, одинаково виртуозно владеющих всеми языками вербальной коммуникации, нет, и с этим никто не спорит. Искусственный язык эсперанто, "сконструированный" на упрощенных грамматических основах, мог быть годен лишь для слишком обедненной вербальной коммуникации. Потому и не прижился. Язык визуальной коммуникации только несведущему человеку может показаться "универсальнее" языка вербального. Это касается и черно-белой, и полноцветной фотографии.

Можно взять только один, самый понятный цвет – белый. В разных странах это и цвет чистоты (верности), и цвет траура (скорби), и цвет праздника (радости)...

Пример разного прочтения образа изображаемого объекта: фотография женщины с открытым лицом, кормящей грудью младенца, тоже вызывает совершенно непохожую реакцию у зрителей, молящихся разным богам...

Особенности индивидуального стиля в разных частях света тоже воспринимаются неодинаково: индивидуальность, узнаваемость для художника европеоидной расы – признак высокого мастерства, равноценное проявление для восточноазиатского живописца – незрелое ученичество.

Можно ли говорить о понимании через взаимопроникновение культур и религий, если трудно добиться адекватного прочтения визуального послания носителями своей же культуры, своих исторических традиций?

Психология восприятия фотографического изображения, вне всяких сомнений, несколько отличается от индивидуальных особенностей восприятия рисунка, живописи. Но не стоит забывать, что "читать" рисунок человек учился на протяжении тысячелетий, а с фотографией он познакомился чуть более полутора веков тому назад. Многие закономерности и правила этого сложнейшего процесса, как и термины, объясняющие и формулирующие их, перешли в фотографию из живописи. Сегодня многим понятно их несоответствие фотографическому контексту, но вместо скрупулезного устранения разночтений, вспомнив, что не боги горшки обжигают, некоторые искусствоведы и исследователи пошли по пути конструирования собственных теорий. В их основе, как правило, лежат предположения, бездоказательно возведенные в ранг утверждений, связанные чаще всего с появлением новых полиграфических и фотографических технологий.

Стремительно развивающиеся цифровые технологии в полиграфии и фотографии – это всего лишь инструмент, нещадно сжимающий время, необходимое для производства визуального продукта и доставки его потребителю. В какой-то степени новые технологии работают на снижение качественного несоответствия оригинала и тиражируемой копии. Эволюция потребителя не так стремительна. Массовый зритель-читатель не нуждается, скорее всего, в утомляющем его количестве вербальной и визуальной информации, далеко не всегда полезной и понятной. Размывание типологических границ большинства печатных СМИ, все более похожих друг на друга, не позволяет читателю определиться с выбором издания, отвечающего всем его запросам.

Характер и степень влияния СМИ на читателей не в последнюю очередь, помимо тиража и типа издания, предопределяются, на наш взгляд, уровнем владения обеими сторонами (журналистами и читателями) многокомпонентным универсальным языком общения. Разумеется, универсальность такого языка весьма условна, она ограничивается временем, состоянием общества, степенью "внутриобщественного" или международного доверия. Говоря же об образности, метафоричности и ассоциативности языка визуальной коммуникации, можно представить, что одна и та же фотография, опубликованная в газетах или журналах в разных странах в одно и то же время, может заключать в себе несколько отличающихся друг от друга этических, эстетических, информационных, образных

"сообщений" для читателей, готовых общаться на том или ином уровне.

Новые технологии и идеологии, предопределяющие экономические, культурные и эстетические модели развития любого общества или системы (если они нацелены на положительный результат), чтобы быть принятыми и понятыми (либо понятыми и отвергнутыми), должны пройти обязательную экспертизу. С минимальными потерями интерполироваться в совершенные, но разные по уровню сложности (для разных групп потребителей) знаковые системы, способствующие их лучшему пониманию обществом – что может быть доступнее? В том числе, а может быть, и в первую очередь – пониманию через СМИ. Эти инструменты коммуникации должны быть предельно точными и по возможности максимально понятными (для данной группы адресатов), универсальными, вписывающимися в привычную и конструктивную систему общения. Так должно быть, если цели и задачи всех участников коммуникативного процесса искренни, нравственны, созидательны. Читатель, стремящийся получить объективную информацию о происходящих событиях, отбираемую журналистами в строгой пропорции с реалиями, меньше всего может повлиять на происходящее. Правда, если он поймет, что его обманывают, он перестанет покупать газету или журнал, не оправдавший его надежд. Издатели, инвесторы, владельцы печатных СМИ, как правило, основной задачей своей ставят получение максимальной прибыли при минимальных затратах. Для выполнения этой задачи, считают многие из них, любые средства хороши.

Реальные проблемы современной фотожурналистики многоплановы. Они являются результатом не только очевидных (технологических и экономических), но и множества глубинных (нравственных, этических и эстетических) изменений в обществе. Кропотливо изучая и обсуждая их, необходимо ни на минуту не забывать того, что каждый вид человеческой деятельности (особенно – относящийся к деятельности творческой) обязательно переживает разные этапы развития.

Кажется, что самую главную ошибку некоторые исследователи совершают, представляя себе, что вообще можно научиться избавляться от ошибок раз и навсегда.

В силу того, что единая международная понятийная система существует лишь в той части фотожурналистики, что охватывает ее техническую и технологическую стороны, дискуссии о творческой составляющей ее часто не носят сущностного характера.

Фотожурналистам, фотохудожникам, фотолюбителям – всем, кто сам любит и умеет снимать и, что вполне понятно, рассматривать фотографии, достаточно универсальности языка изобразительного, понятного без перевода. Правда, достаточно не для полного понимания всей визуальной информации, всех образов, закодированных в любом снимке.

Взаимопонимание всех участников визуальной коммуникации довольно легко осуществимо лишь на уровне простейших изобразительных средств, устоявшихся композиционных правил и свойств отраженного света выявлять, передавать и запечатлевать на любом светочувствительном материале форму и объем объектов.

А путаница в фотографических терминах началась со дня рождения фотографии – 7 января 1839 года. Само изобретение художником Жаком Луи Манде Дагером нового процесса воспроизведения изображений, получаемых чисто "механическим" путем в приборе, похожем на приспособление, известное как "камера-обскура" (лат. "темная комната"), как только не называли еще 39 лет! Вплоть до 1878 года, когда слово "фотография" появилось в Словаре Французской академии, процесс получения изображения на светочувствительных материалах разного свойства с помощью света и оптики, развивавшийся одинаково успешно и интенсивно в разных странах Европы и Америки, именовался поразному: гелиография (опыты французского изобретателя Ж. Ньепса), дагерротипия, калотипия (талботипия).

После внедрения цифровых технологий в производство газет и журналов заговорили сначала о закате аналоговой фотографии, а вслед за тем даже и о близкой кончине фотожурналистики как таковой. Даже неизбежный выход из коммуникационного процесса самих газет и журналов провозглашали некоторые эксперты в связи с появлением Интернета.

Вот и президент фотоинформационного агентства "Agencia Grazia Neri" Грация Нери в статье "Фотожурналистика сегодня" для интернетовского издания "Photographer" напоминает: "На последнем фестивале фотографии в Перпиньяне в очередной раз была провозглашена смерть фотожурналистики. Гуру фотографии жаловались на отсутствие работы, потерю многими фотоагентствами самостоятельности и их подчиненное положение по отношению к крупнейшим корпорациям, таким как "Corbis", "Getty" и "Hachette", которые за последние годы успешно провели кампанию по приобретению и самих агентств, и фотоколлекций, и имидж-банков. На данный момент эта тройка вполне в состоянии влиять на рынок и самостоятельно решать, что

именно достойно публикации, а что – нет" [8]. Это сказано о ситуации в международной фотожурналистике конца XX – начала XXI веков. Правда, в той же статье госпожа Нери высказывает и свое личное мнение по этой проблеме, подтверждая наличие в профессиональных кругах разных точек зрения и на само существование проблемы, и на пути ее разрешения. Являясь владельцем фотоагентства, госпожа Нери хорошо информирована о состоянии дел не только в финансовой области проблемы. Объясняя структурные и организационные изменения и коллизии в этом секторе, она излагает заодно и собственное понимание фотожурналистики: "Я не думаю, что фотожурналистика умрет (нам все еще нужны замечательные фотографии), но ясно, что она кардинально изменится под влиянием процессов, происходящих в агентствах. Я бы хотела подчеркнуть, что, говоря о фотожурналистике, я имею в виду *все три ее составляющие: новостную, репортажную и документальную фотографию* (выделено мною. – *А. К.*)" [8].

Новостная фотожурналистика, если исходить из предложенной выше схемы, – это просто новость. Она, новость, может быть в большей степени визуальной (открытие памятника), скажем, вербально-визуальной (театральная премьера) и всего лишь уточнением вербальной новости (портрет докладчика, обнародовавшего сенсационную новость).

Репортажная фотожурналистика, по Г. Нери, это почти то же, что и новостная, но растянутая во времени на дни или недели.

"Хороший репортаж – это история, а фотограф должен уметь рассказать эту историю достаточно увлекательно и ярко, не забывая при этом о деталях, иначе получится довольно общий и скучный фотоочерк.

Наконец, мы подошли к предмету **документальной фотографии**. По сути, это тот же репортаж, но уже не заключенный в жесткие временные и редакторские рамки. Именно документальная фотография должна выжить, и именно она, с течением времени, может принести фотографу славу и деньги" [8].

Выходит, что любая визуальная (фотографическая) новость читателю необходима. Фоторепортаж привлечет его в силу своей яркости. А фотоочерк – скучен и поэтому не востребован. Спорное, по меньшей мере, утверждение, формальное и одностороннее, поскольку не учитывается в нем личность автора фотографий. Фоторепортажи с одного и того же события, выполненные разными фотожурналистами (обладающими разным техническим оснащением, опытом, талантом), могут отличаться, как небо от земли.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ И МНОГОУРОВНЕВЫЙ АСПЕКТ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Не раз приходилось слышать: "Разве можно рассказать фотографию словами? Ее надо смотреть..." Или еще: "Можно ли станцевать архитектуру? Если да, то зачем? Архитектуру лучше смотреть!"

Нечего возразить. Но кто скажет, что нельзя говорить о фотографии словами?

По большому счету, любая попытка вербализации нюансов творчества (даже такого "вербального", как литературное) встречает как сторонников, так и противников. То же самое можно сказать и о стремлении объяснить словами, "пересказать" музыкальное произведение, кинофильм, балет, картину, фотографию. Что, впрочем, не уменьшает количества таких попыток. Без чего, безусловно, не имело бы полноценного развития искусствоведение. Но совершенно нормально воспринимается высказывание собственного мнения о картине, кинофильме, симфонии, балете, фотографии... на каком бы языке оно ни прозвучало.

Впрочем, есть и другие мнения: "...Хотя мне всегда казалось, что музыка на то и музыка, чтобы впечатление от нее не нуждалось в вербализации, что она открыта людям разных обществ и разных эпох, способным принести в нее каждый собственную интерпретацию именно благодаря заложенной изначально многозначности. Но, не будучи музыковедом, я не осмеливаюсь спорить ни с трактовкой музыкальных произведений, ни с расшифровкой заложенных в них тайных смыслов. Однако не могу не обратить внимания на то, что у некоторых профессиональных музыкантов этот *метод* (выделено мною. – *А. К.*) вызывает нешуточное раздражение. Так, пианист Михаил Лидский в обширной статье, посвященной "Истории культуры Санкт-Петербурга", порицает Волкова за постоянное стремление дать музыкальным произведениям словесные интерпретации. «С. Волков, видимо, не желает смириться с непреложным и банальным фактом: Седьмая симфония Шостаковича есть *Седьмая симфония Шостаковича*. Вопрос, *о чем* она, строго говоря, неправомерен в принципе. Можно делиться личными ассоциациями, связанными с музыкальным произведением... так иногда делал и Шостакович... Можно говорить (лучше бы поделикатней) о слышимых в музыке тех или иных настроениях, характерах или идеях. Но ведь у С. Волкова совсем не то: он положительно, уверенно пишет о несуществующем – *"расшифровывает программный смысл без малейшего сомне-*

ния". Это ли не профанация?! Ведь получается, что С. Волков не лучше "бойцов культурного фронта", – только "сторона" другая», – негодует музыкант" [6, 136].

Налицо очередная "терминологическая" путаница. Профессиональный уровень, компетенция и тон разных людей, высказывающихся по одному и тому же вопросу, названы *методом*.

Продуктивных коммуникативных уровней, на самом деле, может быть не так уж и много. Предлагаем наше понимание этого процесса, характерного, как нам кажется, не только для коммуникации визуальной.

Профессиональный – это общение создателей объекта коммуникации. В фотожурналистике – высокопрофессиональные фотографы, признанные авторы, бильдредакторы. У них свой язык общения, своя терминология. Раздражение и негодование – всегда от непонимания. А причин непонимания может быть несколько: разный уровень компетенции, установка на непонимание, а между ними – великое множество нюансов.

Любительский – это общение потребителей объекта коммуникации. Всех без исключения читателей, зрителей. Внутри этой категории участников коммуникативного процесса может возникнуть множество разных групп, характеризующихся близким уровнем культурного развития и приоритетов, пристрастиями, компетенцией и великим множеством нюансов, определяющих желание или нежелание общаться друг с другом, понимать друг друга.

Между этими двумя уровнями коммуникации умещается, в свою очередь, великое множество других, участниками которых могут быть представители профессионалов и любителей в разных вариациях: по возрасту, полу, компетентности, темпераменту, образованию, толерантности, вероисповеданию и тысячам других признаков, определяющих в конце концов качество коммуникации. Поэтому, нам кажется, условное деление всего процесса визуальной коммуникации на профессиональный и любительский уровни обусловлено лишь составом участников, но не качеством процесса.

Вот цитата из дискуссии о воздействии художественного фильма на того или иного зрителя. Обвинить Кшиштофа Занусси, кинорежиссера с мировым именем, в некомпетентности и непонимании визуальной коммуникации нет оснований, но и его позиция далеко не всеми признана единственно верной: "Мне лично как человеку верующему работа Гибсона не нужна. Я вполне могу себе представить реальную картину евангельских событий. Но для меня важнее мистический смысл, а не исторический. Проблема же в том, что, когда Гибсон пытается передать мистический смысл, сразу чувствуется "ограничение голливудского вкуса". Например, когда падает капля (или слеза) с неба – я смотрю на это как на немножко дурной вкус. Это дешево... Или то, как показано Воскресение... К сожалению, это немножко примитивно – подобные спецэффекты. <...> Не подумайте, что я просто хочу сделать комплимент православным, но именно Православие почувствовало, что кроме иконы ничто визуально не может передать мистический смысл в христианстве. <...> Другое дело, что фильм Гибсона обращается прежде всего к публике, которая к религии абсолютно равнодушна. Поэтому им он может принести огромную пользу" [3, 230].

Нам кажется, что в большей степени процесс коммуникации – турбулентный. Некоторое четко выделенное расслоение, автономизация его участников может случиться, скорее теоретически, только на границах явления: с одной стороны – высокопрофессиональные производители, авторы, близкие по духу, с другой – "массовый потребитель", носитель низкопробного вкуса, невежественный дилетант. Между ними – невообразимо богатый по составу и непредсказуемый по качеству конечного результата смешанный поток визуальной массовой коммуникации. Дух захватывает от возможностей и силы этого явления!

Можно ли подсчитать процентное соотношение "качественных" и "некачественных" уровней в процессе визуальной коммуникации, созидательных и разрушительных? Реально – нет! То, что оказывает положительное воздействие на одних участников процесса, других может раздражать, оскорблять, унижать – в самых крайних проявлениях, как правило.

Пожалуй, искусственное ограничение уровней и каналов коммуникации ведет к неизбежному снижению конечного результата. Но к такому же итогу мы можем прийти, и создавая бесчисленное количество новых инструментов коммуникации, понятых, а скорее, принятых, только ограниченным количеством ее участников, что при глубоком изучении оказывается лишь переименованием на новый лад или в соответствии с новыми веяниями массовой культуры инструментов старых, проверенных временем. А такие процессы, кажется, ничего кроме путаницы в коммуникацию не привносят.

Это, скорее всего, еще одно подтверждение того, что процесс визуальной коммуникации (в том числе) – явление бесконечно многоуровневое. Качество и полнота визуальной коммуникации – явления взаимосвязанные, зависящие не только от задач, поставленных объектами ком-

муникации, но и от степени их готовности к такому многоуровневому общению.

Умение отделять в собственном сознании универсальность одних процессов и явлений от уникальности других – в любом виде творчества – качество необходимое. Для того хотя бы, чтобы понять причины происходящего, их неоднозначное влияние на каждого и неравноценную зависимость от каждого участника интереснейшего явления по имени "фотожурналистика".

Не имея возможности надеяться на спасительные открытия, рассмотрим некоторые основополагающие, на наш взгляд, компоненты журналистской фотографии.

КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРИЗНАКИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ФОТОГРАФИИ

Вне всякого сомнения первым в этом ряду качественных составляющих стоит *документальность*. Великий американский фотограф Ричард Аведон, утверждавший: "...Фотография – не факт, а мнение. Все снимки документальны, ни один из них не правдив", – в лаконичной формулировке дал возможность всем принявшим это определение толковать принцип документальности по-своему. С точки зрения русского языка, "документальный" – значит, основанный на фактах. Академический "Словарь русского языка" не дает трактовки документальной фотографии, а о документальном фильме говорит следующее: "Документальный фильм – фильм, показывающий подлинные события, факты" [9, 421].

Учитывая тот факт, что кино в определенной степени – это "движущаяся фотография", дерзнем предположить, что все, запечатленное с помощью фотоаппарата на пленку или матрицу и воспроизведенное затем в том или ином виде без искажений, следует – на основании вышеуказанного утверждения – относить к документальной фотографии. Невозможно же сфотографировать то, чего не происходило на самом деле. Можно предположить, что *неправдивость*, по Аведону, – это и есть *мнение*, право фотографа на собственную интерпретацию события. Неправдивость в данном случае – это не отсутствие в изображении правды как таковой, но правда неполная, субъективная.

Являются ли документальными снимки Макса Альперта "Комбат" и Евгения Халдея "Знамя Победы над Рейхстагом"? Можно ли называть документальными другие снимки фронтовых фотокорреспондентов, отпечатанные для придания им большей выразительности и образности с нескольких негативов?

Самый известный случай в военной отечественной фотожурналистике, не вызывающий единодушного неприятия, пожалуй, – снимок Дмитрия Бальтерманца "Горе", в который он, по собственному признанию, впечатал тяжелое трагическое небо, снятое в другое время и в другом месте, нежели основное событие.

Доподлинно также известно, что сюжет "Комбата" – не момент атаки, но и не инсценировка ее, не срежиссированная фотожурналистом постановка. Это съемка, осуществленная не на передовой, а во время учебной отработки действий красноармейцев перед наступлением. Снимок, опубликованный без подписи, поясняющей и уточняющей эти моменты, стал символом героических подвигов пехотинцев, инструментом советской пропаганды.

Знамя, укрепленное над одним из куполов Рейхстага, накануне привез из Москвы в Берлин, обмотав под кителем вокруг себя, Евгений Халдей. Затем он передал один из будущих символов Великой Победы красноармейцам, которые с риском для жизни и водрузили его над Рейхстагом. С не меньшим риском для собственной жизни Евгений Халдей запечатлел этот факт. Снимок обошел десятки выставок, был опубликован в сотнях периодических изданий и фотоальбомов в разных странах.

И учения, и водружение красного знамени в боевых условиях – события реальные, фактические. Выходит, что и снимки документальные? В организации события, не в равной степени, правда, поучаствовали оба фронтовых фотокорреспондента. Думается все же, что гораздо "документальнее" – если можно позволить себе такое уточнение – из этих двух фотографий снимок Халдея. В данном случае событие нельзя трактовать двояко. Не привези Евгений Ананьевич из Москвы это знамя, ему пришлось бы снимать водружение другого – редакция требовала от своего фотокорреспондента фотографический символ Победы!

А что уж говорить о "другом" небе над военной дорогой, усеянной трупами, над женщинами, оплакивающими погибших! В тот день и в том месте, где сделал этот философско-публицистический снимок Д. Бальтерманц, должно было и могло быть именно такое небо...

Еще один весьма типичный пример, теперь из мирной жизни, с которым наверняка сталкивались в практике своей сотни опытных и начинающих фотокорреспондентов, представляющие самые разные издания. Уборочная страда, именуемая у нас не иначе как "битва за урожай", способствовала рождению нескольких фотожурналистских штампов, обошедших и районные, и областные, и центральные издания. Какой фотокорреспондент, представлявший партийно-советские СМИ, не "сгонял" на одно поле максимально возможное

количество комбайнов? Чем выше ранг газеты, которую он представлял, тем больше комбайнов удавалось выстроить в неправдоподобно "красивую" композицию и запечатлеть так, как они никогда в жизни не станут работать, стоит только уехать фотокорреспонденту.

Документальны ли снимки, выполненные широкоугольными объективами, на которых выстроились на поле от пяти до двенадцати (известные мне случаи. – *А. К.*) комбайнов? Увы, формально – документальны. Поскольку комбайны действительно стояли друг за другом на одном поле и хоть несколько десятков или сотен метров именно так и прошли. *Правдив* ли такой снимок, *достоверен* ли? Нет, увы. Нетипичная для уборочной страды расстановка техники на поле стала вполне типичной фотожурналистской фальшивкой, штампом.

Можно ли говорить о некой мере допуска, позволяющего незначительно (для кого?) отступить от факта ради повышения образности и публицистичности журналистской фотографии?

Вполне, если речь идет о фотоплакатах, коллажах, фотомонтажах.

Ни в коем случае, на наш взгляд, если мы говорим о правдивой журналистской фотографии, которая становится все более ценным историческим документом с каждой минутой, отдаляющей время ее создания и публикации от момента повторного обращения к ней.

Само определение "документальный снимок", с учетом нынешних безграничных технических возможностей по изменению не только характера, но и самой сути изображения, скорее всего, нуждается в серьезном уточнении. Предлагается следующее:

Документальный снимок – *это полученное с помощью фотоаппарата изображение реальных событий и героев, не организованных фотожурналистом (автором снимка), и без каких-либо фактических изменений после съемки (с применением современных компьютерных технологий), фальсифицирующих или искажающих ход, смысл и содержание события и роль каждого его участника, оказавшегося в кадре.*

Есть смысл уточнить и такую обязательную характеристику журналистской фотографии, как *достоверность*.

Достоверный – не вызывающий сомнений; подлинный, реальный [9, 437].

Но у журналистской фотографии, как и у любого другого изображения в газете или журнале, есть такая составляющая, как *информативность*, в отрыве от которой оценивать журналистский снимок было бы совсем не верно.

Достоверность журналистской фотографии – *это комплекс изобразительных средств и приемов, с помощью которого достигается наиболее полное исключение всеми доступными средствами даже случайной возможности истолковать содержание запечатленного на снимке события или ситуации неверно.*

Каждый читатель или зритель – так утверждают ученые, изучающие психологию зрительного восприятия – прочитывает любое визуальное сообщение по-своему и малопредсказуемо. Он использует при этом не только собственный ментальный, образовательный, национальный, профессиональный, возрастной, культурный, интеллектуальный, эстетический опыт, пристрастия, симпатии и антипатии, но, безусловно, делает все это еще и в зависимости от сиюминутного настроения и от многих других факторов. Попробуй тут на месте фотожурналиста оказаться предельно точным и правильно истолкованным! Да никто к этой утопии и не призывает. Единственное, на наш взгляд, о чем обязательно должен помнить каждый порядочный фотожурналист, где бы он ни работал, – многочисленные уставы, хартии и кодексы – документы, обсужденные и подписанные во многих странах членами профессионального журналистского сообщества, – лишают его права говорить неправду, выдавать случайные, нетипичные явления и случаи за типичные, называть белое черным и наоборот.

Каждое уважающее себя и своих читателей качественное издание, в конце концов, разрабатывает собственный кодекс профессиональных и этических норм, не противоречащих закону, но наиболее полно соответствующих и отвечающих разнообразным интересам подавляющего большинства участников коммуникативного процесса, объединившихся вокруг этого издания.

СИСТЕМА ЖАНРОВ СОВРЕМЕННОЙ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ФОТОЖУРНАЛИСТИКА ПЕЧАТНЫХ СМИ

Сегодня достаточно сложно говорить о фотографических жанрах современных СМИ так, чтобы не вызвать непонимания и возражений. В каждом узком профессиональном сообществе постепенно вырабатывались свои критерии, в соответствии с которыми формировалась система современных жанров. Фотожурналисты говорят на одном языке, бильдредакторы, увы, – на другом, искусствоведы и критики – общаются, используя свою терминологию. Часто, говоря об одной и той же работе, они относят ее к разным жанрам, смешиваются понятия метода съемки, вида фотографии, стиля, в котором она выполнена, и фотографического жанра. Иногда крите-

рием определения фотографического жанра становится объект съемки или же специфика и метод работы фотографа. Репортажный портрет, к примеру, и студийный портрет – далеко не одно и то же, хотя объектом съемки является человек. А ведь еще можно разделить портрет на мужской и женский, детский, семейный или групповой. Некоторые критики и исследователи современной журналистской фотографии предлагают во главу угла ставить задачу, которую определяет для себя фотожурналист, отправляясь на съемку, функции фотографии, предназначенной к опубликованию. Отсюда и появление таких терминов, как "фотография детали", "фотография момента", "образная фотография" и т. д. Но разве не должна быть образной практически любая журналистская фотография, если автор и издание рассчитывают на внимание и понимание читателя? Если рассматривать фотографию через творческий метод, включающий в себя подход автора к выбору темы и съемке, отношение к той или иной технике и материалам, особенности его взаимоотношений с героями, то понятие **репортаж как вид съемки**, несомненно, выходит за рамки репортажа-жанра и подразумевает, прежде всего, неприятие постановочной фотографии, вмешательства фотожурналиста в происходящие и фиксируемые события.

" Из чего состоит фоторепортаж? Иногда в одной фотографии достаточно

богатства и красоты формы, чтобы выразить содержание, но это бывает крайне редко. Чаще элементы, рождающие искру смысла, рассеяны в пространстве.

Насильно объединить их в одном кадре, прибегнув к постановке, было бы

жульничеством. Вот в этом случае и возникает полезность репортажа" [4], – так объяснил необходимость репортажа-жанра великий Анри Картье-Брессон. Впрочем, это лишь его собственная точка зрения.

Из фотокниги Павла Кривцова "Русский человек. Век XX" выделим две фотографии, сделанные методом постановки с перерывом в 19 лет. На двух групповых портретах запечатлены три фронтовые подруги. Опубликованный ранее, первый снимок (у нас, по крайней мере) вызвал недоумение. Неприкрытая "постановка", прямые взгляды в объектив... Появляется второй снимок, на котором двое сидят в тех же позах за таким же столом. А на месте третьей, ушедшей из жизни, лежит цветок. На стене, за их спинами, предыдущий снимок, где они еще все вместе.

Опубликованные в книге на одном развороте, эти две фотографии производят впечатление **фоторомана.** Можно ли говорить о существовании такого жанра? Сомневаюсь. Просто аналогия возникла из опыта знакомства с литературными произведениями. Во-первых, событие и герои снимков – уникальны, несмотря на массовость такого явления, как фронтовая дружба, пронесенная через всю жизнь. Во-вторых, постановочный метод съемки (по Брессону – противоречащий самой сути правдивой журналистской фотографии), примененный высоким художником и не "замаскированный" под репортаж, позволил, на наш взгляд, создать одну из самых сильных современных фотопублицистических работ о целом поколении фронтовиков вообще.

Результатом любой осмысленной съемки может быть и фоторепортаж, и фотоочерк, и портрет или серия портретов, и отчет, и фотографическая тема для фотокниги. В большей степени, как нам кажется, результат предопределяется задачей, которую автор ставит перед собой, отправляясь на съемку.

Прикасаясь лишь к части проблем, затрагивающих напрямую только отдельные из многочисленных составляющих фотожурналистики, Г. Нери исключает, кажется, из разряда существенных любые другие мнения, кроме своего. О чем это говорит? По большому счету, нам кажется, о вполне естественной при таком подходе к изучению проблемы неполноте выводов, о несовершенстве любой теории, конструкции или концепции, сформулированной в результате прикосновения лишь к малому сектору системы, но претендующих на статус неких глобальных законов, по которым живет вся система. А то, что проблема современных СМИ – проблема системная, надеюсь, сомнений не вызывает.

Экономика, политика, глобализация, взаимопроникновение культур, межконфессиональное сотрудничество и противостояние, спорт, терроризм, военные конфликты и природные катаклизмы – все, о чем рассказывают современные газеты и журналы, вольно или невольно втягивает их в эти процессы, оставляет на них свои отпечатки. Так вот, исследуя только проблему монополизации права определять приоритетность тем визуальной журналистики, можно ли разрешить хотя бы ее, если понимать всю фотожурналистику как часть сложнейшей системы массовой коммуникации в современном мире?

Говоря же о нынешней фотожурналистике, "обреченной на смерть", как правило, имеют в виду правдивую новостную фотографию – основу фотожурналистики, ее становой хребет и сущность. В такой фотографии должны непредвзято отражаться события как мирового, так и местного масштаба. Из таких фотографий изо дня в день складывается на страницах разных по тиражу и направленности газет и журналов в самых разных уголках планеты благодатный материал

о невымышленной жизни человечества. Новая функция фотожурналистики – накопление для потомков исторически достоверного материала? Может быть...

Современная фотожурналистика – явление, стихийное на одном фланге и сильно заорганизованное на противоположном. Если говорить о России, то имеются в виду местные и центральные периодические издания. Структура и штатный состав редакций, их финансовые и технические возможности, цели и средства, с помощью которых они достигаются, несопоставимы, скажем, в любой районной или городской провинциальной газете и тех же "Известиях". Но не могут же меняться принципы документальности, образности, информативности и достоверности журналистской фотографии по мере удаления от Москвы!

В целом, эта невероятно многофункциональная и многоплановая, особая отрасль современной журналистики, как это ни странно, еще мало изучена. Систематика жанров современной фотожурналистики, предлагаемая большим количеством отечественных и зарубежных авторов, необычайно разнообразна и по глубине объяснения предмета, и по уровню понимания роли и функций визуальной коммуникации. Искусственное, на наш взгляд, выделение из основных публицистических и художественных фотографических жанров новых (лишь по субъективно-формальным и неясно сформулированным признакам) жанровых образований не вносит ясности в проблему, не способствует лучшему взаимопониманию изготовителей, публикаторов и потребителей визуальной продукции.

Вот весьма характерный пример из совсем свежей публикации: "Драматические ситуации породили в последние годы так называемые *секвенции* – несколько кадров, рассказывающих с кинематографической динамикой о происходящем. Появлению этой новой многокадровой формы информации-репортажа в периодических и книжных изданиях, несомненно, способствовало рождение технического новшества – фотокамер с моторами. Напомним несколько секвенций, опубликованных на страницах периодических изданий: убийство Садата, покушение на Рейгана, сенсационные пожары в американских гостиницах, трагические ситуации на автогонках и т. д. Секвенции появились значительно позже многокадровых репортажей, но, тем не менее, их можно считать как бы промежуточной формой между *репортажем в одном кадре* и жанром, который давно прочно завоевал себе позиции в печати под именем *"фоторепортаж"*[7, 33]. Многокадровая кинематографически динамичная форма фоторепортажа в одном кадре – попробуйте в этом разобраться, пожалуйста!..

Собственно говоря, нам кажется далеко не бесспорным, а зачастую – искусственным и субъективным, нагромождение новых отдельных жанров, таких как фотоинформация, фотокорреспонденция, фотозаметка, фотоотчет, фотообвинение, репортаж в одном кадре и др., вычлененных из таких давно известных жанровых образований, как *фоторепортаж* и *жанровая фотография*.

В последние годы прошлого столетия специфическая сфера профессиональной деятельности небольшого количества людей, все меньше зависящая от человека с фотоаппаратом, подверглась беспрецедентной монополизации и коммерциализации. В большей степени, вне всяких сомнений, эти перемены повлияли на состояние дел изданий, выходящих в мегаполисах.

В любой нашей провинциальной газете решение, "что именно достойно публикации, а что – нет", никогда не зависело от состояния активов корпорации "Corbis", к примеру. Равно как и от принятой или отвергнутой систематики фотографических жанров того или иного автора. Но всегда – от качества взаимоотношений фотокорреспондента с главным редактором или ответственным секретарем. От их договоренностей, вкусов и пристрастий. От степени их эстетического и культурного развития, в конце концов.

Мы же примем за основу систему жанров фотожурналистики, предложенную профессором В. В. Тулуповым в книге "Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты".

"На наш взгляд, исторически сложились три "родовых", канонических жанра: фотоинформация (фотозаметка), фотопортрет и фоторепортаж. К этим ведущим по значению и бытованию собственно публицистическим жанрам примыкает фотоплакат, представляющий собой либо самостоятельный снимок (портрет, этюд, "жанр" и др.), либо монтаж, коллаж.

В свою очередь фотоинформация, фотопортрет, фотоплакат могут содержать качества репортажа, что объясняется воздействием своеобразного наджанрового образования – репортажности (так возникают и термины типа "репортажный снимок" применительно к фотоинформации, характеризующейся динамичностью кадра, оперативностью информационного повода и т. д.).

К другим жанрам фотожурналистики, которые при определенных условиях могут приобретать качества публицистичности, отнесем фотоэтюд (пейзаж, портрет, "жанр"), фоторепродукцию и фоторекламу (монтаж, коллаж, натюрморт и др.).

В прессе представлены и непублицистические жанры – фоторубрика, фотозаставка и фотоанонс" [10, 135].

Уточняя вышесказанное, предположим, что каноническими жанрами фотожурналистики (да и фотографии вообще) нам сегодня кажутся очевидными лишь четыре: **портрет, пейзаж, натюрморт** и **контекстная** (жанровая**) фотография**. Работы, принадлежащие к одной из этих форм, невозможно воспринимать и истолковывать двояко. Отличительным признаком каждой формы, единственным и весьма существенным, является объект съемки. Совершенно не важно, каким методом будет производиться съемка (репортажным или постановочным), какая технология будет применена для получения и хранения изображения (аналоговая или цифровая), каким образом изображение будет тиражироваться и доставляться читателю (зрителю) – ни при каких обстоятельствах даже самому невзыскательному из них не придет в голову назвать портрет натюрмортом или пейзажем и наоборот. Несколько выпадает из этого представления контекстная фотография, исключающая метод постановки. Работы, выполненные в любом из четырех жанров – самодостаточны в одном кадре. Как из простейших кирпичиков можно выложить незатейливый забор, величественный храм или собачью конуру, так из этих четырех канонических жанров, заимствованных фотографией из живописи, может сложиться фоторепортаж, фотоочерк, тематическая подборка и многое другое. Как, впрочем, может и ничего не сложиться, а "кирпичики" так и останутся бесформенной грудой "строительного материала", которому неумелый мастер так и не смог дать ума. А зависеть это будет от концепции издания, для которого производится съемка, от мастерства автора, от осмысления и понимания задачи, которую автор ставит перед собой, и многих других объективных и субъективных факторов, непременно сопровождающих любой творческий процесс.

Все остальные формы подачи фотографий в печатных СМИ любого типа мы предлагаем называть наджанровыми образованиями. Это может быть и фоторепортаж (максимально беспристрастное в рамках концепции издания освещение события), и фотоочерк (подробный рассказ о герое или героях публикации, исполненный в стиле авторской фотографии), и подборка фотографий на какую-либо актуальную тему (не связанные временем и местом съемки фотографии, развивающие одну тему, один сюжет, одну идею). Фотографическая заставка, фотоплакат, фотомонтаж – это, как правило, не "чистая" фотография, в достоверность и правдивость которой должен верить зритель-читатель. Наджанровые визуальные образования не могут и не должны быть формами устойчивыми, консервативными. В противном случае они превращаются в почти бессмысленное и бесполезное зрительное пятно на газетной или журнальной полосе. Фоторепродукция – это особый технический вид фотографии, главным критерием которой является максимальная схожесть с оригиналом.

Повышение роли визуальной информации, увеличение объема рисунков, инфографики и фотографий в структуре большинства современных газет и журналов, на наш взгляд, вызваны несколькими причинами.

Во-первых, издателями движет стремление привлечь внимание читателей к любым материалам, размещенным в номере, – при изобилии похожих друг на друга по содержанию и тематической наполненности изданий, при нынешнем избытке информации вообще, обваливающейся на сознание современного человека, такая помощь и действенна, и необходима для большинства нетерпеливых читателей.

Во-вторых, завоеванное внимание необходимо удержать – образная, неожиданная, вызывающая необходимые и ожидаемые ассоциации иллюстрация помогает это сделать.

В-третьих, сама фотография может и должна нести самостоятельную информацию, дополняющую текст, помогающую его осмыслить, проанализировать, дочитать до конца.

И в-четвертых, любой удачный снимок гораздо более, чем текст, оставляет читателю право на анализ показанного события, на собственные выводы, избавляет от необходимости "проглатывать" уже готовые авторские умозаключения и рекомендации, помогает сохранить уверенность в собственной значимости если не в делах управления страной, то, по крайней мере, хотя бы в осмыслении процессов, в этой стране происходящих...

Современные полиграфические и фотографические технологии позволяют расширить и обогатить не только формы, но и функции любой иллюстрации. Иллюстрация вообще и фотография в частности может быть уникальным подтверждением печатного слова. Если, конечно, она не подменяется виртуальными подделками и фотомонтажами из нескольких кадров.

Сегодня даже представить трудно, что еще каких-то 167 лет тому назад единственной возможностью запечатлеть в изображении событие, облик человека хотя бы для того, чтобы потомки могли судить о них непредвзято, были работы художников, выполненные в разной технике. От их объективности, мастерства, помноженных на

волю заказчика, на протяжении многих веков люди и составляли представление о делах минувших и своих знаменитых предках.

С самого момента появления и до настоящего времени фотографический портрет был и остается необычайно популярным и, несомненно, одним из самых тонких и трудных фотографических жанров. От его конкуренции с живописными портретами, полтора века назад казавшейся вполне естественной, огромной и непреодолимой, – теперь не осталось и следа. У фотографического и живописного портретов, в подавляющем большинстве случаев, разные функции, разный потребитель.

Эдгар По написал еще в 1840 году: "По своей *правдивости* дагерротипная пластинка бесконечно более точна, нежели любое живописное произведение, сделанное руками человека" [11, 61]. Бесхитростная, хотя и вполне условная достоверность фотографии того времени еще не была отягощена беззастенчивыми возможностями цифровых технологий.

Уже в конце XX века дагерротипные пластины можно было найти лишь в музеях фотографии. Новые технологии, применяемые в фотографии, сделали процесс получения правдивого изображения и передачи его на неограниченные расстояния еще более оперативным и доступным. Но те же самые технологии позволяют сделать практически трудно распознаваемой и любую фальсификацию фотографического изображения. Наиболее актуальными (во все более коммерциализирующемся пространстве печатных СМИ) становятся сегодня не вопросы технологий, а вопросы этики и нравственности всех участников визуальной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бажак К. История фотографии. Возникновение изображения / К. Бажак. М., 2003. – 160 с.

2. Дмитриев М. П. Неурожайный 1891–1892 год в Нижегородской губернии. Фотоальбом / М. П. Дмитриев. – Н. Новгород, 1893.

3. Занусси Кшиштоф. Христос в кино / К. - Занусси. – Христос в кино. *Pro et kontra*. – "Фома", 2004, № 4 (21) // Библиографические листки. Периодика (Составители Андрей Василевский, Павел Крючков). – Новый мир. – 2005. – № 2.

4. Картье-Брессон Анри (Henri Kartier-Bresson). Решающий момент / Анри Картье-Брессон. – 2006. – Web photographer. ru.

5. Картье-Брессон Анри. Решающий момент / Henri Cartier-Bresson. – перевод с французского Владимира Жарова // Photographer.ru. – 2006. – 27 февр.

6. Латынина А. Тайный поединок / А. Латынина // Комментарии. Новый мир. – 2005. -№ 2. –. 128-136.

7. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий / Е. Л. Мжельская. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 112 с.

8. Нери Грация. Фотожурналистика сегодня / Грация Нери // Photographer. ru. –2003. – 8 июня.

9. Словарь русского языка: В 4 т. – М.: Русский язык, 1985. – Том I. – 696 с.

10. Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. – Воронеж, 2000. – 336с.

11. Фотография. Энциклопедический справочник. – Минск, 1992. – 399 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики: История. Теория. Практика / А. И. Акопов. – Ростов н/Д., 2002. – 368 с.

2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – М., 1974. – 228 с.

3. Арнхейм Р. О природе фотографии / Р. Арнхейм // Психология художественного творчества. – Минск, 1999. – 258 с.

4. Бажак К. История фотографии. Возникновение изображения / К. Бажак / Пер. с франц. – М., 2003. – 160 с.

5. Бальтерманц И. Д. Специфика содержания и формы фотожурналистики / И. Д. Бальтерманц. – М., 1981. – 64 с.

6. Большая советская энциклопедия. – М., 1973. – Т. 12. – 623 с.

7. Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. – 2-е изд. / Г. В. Бороздина – М.: ИНФРА-М, 2005. – 295 с.

8. Гончарова Н. Теория изображения / Н. Гончарова. – М., 1997. – 196 с.

9. Дауговиш С. Н. Фотоэстетика и журналистика / С. Н. Дауговиш. – Рига. – 1989. – 35 с.

10. Дизайн периодических изданий. Учебное пособие / Под ред. Э. А. Лазаревич. – 2-е изд. – М., 2004. – 120 с.: ил.

11. Дмитриев Максим. Фотографии / М. Дмитриев. – М., 1996. – 240 с.

12. Дунаев В. В. Самое главное о... Photoshop / В. В. Дунаев. – СПб., 2004. – 128 с.

13. Дьякова Т. А. Онтологические контуры пейзажа: Опыт смыслового странствия: Монография / Т. А. Дьякова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. – 168 с.

14. Дыко Л. П. Основы композиции в фотографии / Л. П. Дыко. – М., 1989. – 224 с.

15. Зоркая Н. М. Уникальное и тиражированное / Н. М. Зоркая– М., 1981. – 167 с.

16. Иванова Т. М. Компьютерная обработка информации. Допечатная подготовка / Т. М. Иванова. – СПб., 2004. – 367с.

17. Киселев А. П. История оформления русской газеты (1702 – 1917 гг.). Учебное пособие / А. П. Киселев. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 192 с.

18. Корнилова Е. Слово и изображение в рекламе / Е. Корнилова, Ю. Гордеев. – Воронеж, 2001. – 208 с.

19. Кривцов П. П. Русский человек. Век XX. Фотографии / П. П. Кривцов. – Белгород, 2003. – 372 с.

20. Куликова М. Формула красоты / М. Куликова, А. Торгашев // Огонек. – 2005. - № 27. – С. 14-17.

21. Лапин А. И. Фотография как... / А. И. Лапин. – М., 2004. – 324 с.

22. Лотман Ю. Об искусстве / Ю. Лотман. – СПб., 1998. – 704 с.: ил.

23. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий / Е. Л. Мжельская. – М., Аспект Пресс, 2005. – 112 с.

24. Михалкович В. И. Поэтика фотографии / В. И. Михалкович, В. Т. Стигнеев. – М., 1986. – 280 с.

25. Морозов С. А. Творческая фотография / С. А. Морозов – М., 1985. – 416 с.

26. Надеждин Н. Я. Знакомьтесь, цифровые фотоаппараты / Н. Я. Надеждин. – СПб., 2002. – 294 с.

27. Надеждин Н. Я. Техника цифровой фотографии / Н. Я. Надеждин. – М., 2004. – 240 с.

28. Пожарская С. Г. Фотомастер. Книга о фотографах и фотографии / С. Г. Пожарская. – М., 2001. – 336 с.

29. Пренгель Л. Практика цветной фотографии / Л. Пренгель. – М., 1992. – 256 с.

30. Ретикуляция. – 1997. – № 3 (35).

31. Родченко Александр. Фотографии / Александр Родченко. – М., 1987. – 192 с.

32. Топорков С. С. Adobe Photoshop CS в примерах / С. С. Топорков. – СПб., 2005. – 376 с.

33. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2001. – 320 с.

34. Тулупов В. В. Техника и технология периодических изданий / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2005. – 364 с.

35. Фотография в прессе: вопросы истории, теории и практики. – Свердловск; Тюмень, 1989. – 176 с.

36. Фотография: Энциклопедический справочник / Редкол.: П. И. Бояров и др. – Минск, 1992. – 399 с.

37. Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера / Т. Харроуэр. – Воронеж, 1999. – 216 с.

38. Хеджкоу Д. Искусство цветной фотографии / Д. Хеджкоу. – М., 1983. – 176 с.

39. Шорохов Е. В. Основы композиции / Е. В. Шорохов. – М., 1979. – 304 с.

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 10.10.2006.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СЕТЕВЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)

© 2007 О.В. Курдыбановский

Санкт-Петербургский государственный университет

К концу XX века усиление информационной составляющей в социально-политических процессах существенно изменило способы общения человека с окружающим миром, заставило осмыслить понятие социального взаимодействия как информационного взаимодействия. Особая роль в этом процессе отводится средствам массовой коммуникации, опосредующим отношения между социальными субъектами.

Исследователи обращают внимание на новые необычные явления в области СМИ, которыми уже отмечен XXI век. "Они связаны с бурным ростом информационных технологий, которые меняют наши традиционные представления об образе жизни, несут качественные изменения, что сказывается на всех сторонах нашего существования" [2, 3]. Не приходится сомневаться в том, что важнейшее влияние стремительное развитие новых технологий оказывает на политическую журналистику.

Являясь мегаполисом и одним из центров общественной жизни России, Санкт-Петербург может быть рассмотрен как важнейший информационный узел, в том числе, и в мировой информационной системе. Безусловно, политическая журналистика Санкт-Петербурга не смогла не воспользоваться развитием такого удобного канала передачи информации, как Интернет. В Санкт-Петербурге, по данным информационного портала "Центр экстремальной журналистики", около ста сорока средств массовой информации, которые используют Сеть для своего функционирования. Сегодня к ним относятся электронные версии газет, журналов, сайты информационных агентств, общественных организаций, занимающихся проблемами СМИ, сайты радиостанций, телекомпаний, телерадиокомпаний. И практически половина из них, так или иначе, освещает политические события города. Наиболее ярко это явление представлено Интернет-ресурсами традиционных СМИ ("Коммерсантъ в Санкт-Петербурге", "Санкт-Петербургские ведомости", "Невское время", "Экономика и время", "Утро Петербурга"), лентами информационных агентств ("Росбалт", "Агентство Бизнес новостей", "Виртуальный Петербург", "ИТАР-ТАСС, Санкт-Петербург", "Прайм-ТАСС, Северо-Запад") и сетевыми СМИ ("City. spb", "Фонтанка. ру", "Петропресса", "Городовой", "Новости Санкт-Петербурга", "Русский либеральный журнал").

Важно отметить, что если для характеристики ТВ и мобильной телефонии существуют устойчивые формулировки, то, обращаясь к сетевым СМИ, исследователи не приходят к единому мнению по поводу их номинативного определения. При обозначении понятия СМИ в глобальных сетях термины "цифровой", "онлайн", "электронный", "сетевой", "Интернет", "WWW", "веб", "кибер" используются как синонимы. Безусловно, все эти термины относятся к области телекоммуникаций, однако значения их различаются.

Термины "цифровой", "онлайн", "электронный" определяют какую-либо одну сторону существования СМИ в глобальной сети. Все они, безусловно, верны, но не характеризуют суть явления целиком. "Цифровой" указывает на форму представления информации. Термин "Интернет" указывает на одну из сетей глобального пространства, соответственно "Веб" или "WWW" указывают на одну из служб Интернета.

Наиболее точными, по мнению автора, являются термины "сетевые СМИ", "кибер-СМИ" и "Интернет СМИ". Они отражают сетевой характер коммуникации и среду существования СМИ. Использование этих обозначений представляется автору наиболее оправданным.

Политические темы, затрагиваемые Интернет-СМИ Санкт-Петербурга, могут быть самыми разнообразными. Например, Интернет-версия газеты "Невское время" предлагает такой материал: "Нет таких политических партий, которые нравятся хотя бы половине петербуржцев".

В этой статье автор высказывает политическое суждение, что две трети петербуржцев "не видят среди нынешних политических партий ту единственную, которая бы отвечала их чаяниям", и на этом основании делает вывод относительно избирательной активности горожан.

Материал того же "Невского времени" посвящен исключению депутата из состава комиссии по градостроительству за то, что тот передал СМИ стенограмму заседания совета фракций: "Петербургские депутаты наказали своего коллегу за нарушение этики". Интрига публикации заключается в том, что несмотря на стремление автора материала Св. Воробьевой придать статье нейтральный тон, читатель все же угадывает некоторое сочувствие депутату, который помогал СМИ.

Очень часто журналисты, высказывая свои политические мнения, пытаются манипулировать аудиторией. Уточним, что мы не берем во внимание публикации предвыборных программ или каких-либо заявлений кандидатов, также не рассматриваются материалы с грифом "на правах рекламы" и различные выступления "сподвижников" или "недоброжелателей" кандидатов. На электронных страницах и без этого очень много материалов, в которых авторы в довольно агрессивной форме высказывают свои политические мнения. Характерным примером может служить следующее высказывание: "... В путинской России стало уже доброй традицией проводить зачистки олигархических структур именно незадолго до выборов в Госдуму. На этот раз, видимо, было решено избавиться еще и от Волошина, который у многих считается одним из последних членов "семьи", доставшихся Путину в виде некоей платы за президентство. Избавиться – несмотря на то, что Александр Стальевич успел удачно послужить и самому Владимиру Путину. И в российском парламенте, который уже давно стал единомышленником практически всех решений президента. И на ниве выборной борьбы, где он "продвинул" сначала "Единство", а теперь и "Единую Россию". Кстати, не забудем, что именно Волошин являлся самым активным лоббистом Валентины Матвиенко на губернаторских выборах в Петербурге" (Тимофеев П. "Семья" несет очередные потери / П. Тимофеев, А. Медведева // Фонтанка. ру. – 2003. – выпуск от 31 окт.)

Возьмем другой пример: «"Новым Известиям" удалось выяснить, что в России на очень высоком уровне рассматривается проект выдвижения в президентские преемники губернатора Санкт-Петербурга Валентины Матвиенко. Причем у проекта уже даже есть кодовое название "Валентина Великая". Если верить нашим источникам, губернатор сама вышла с этой идеей на президента, пообещав при этом не засиживаться в Кремле дольше одного срока, т. е. до 2012 года. Однако эксперты уверены, что вручить властные атрибуты представительнице слабого пола большинство населения России пока не готово».

В первом тексте авторы явно симпатизируют Волошину: уважительно называют его по имени и отчеству, пишут о его заслугах и "благодарности" со стороны "многих". Причем имена "многих" в материале не уточняются. Во втором примере авторы говорят о Валентине Матвиенко как о "Валентине Великой", приводят ее обещание "не засиживаться", упоминают свои "источники" и в "противовес" ссылаются на позицию "экспертов", которые считают, что Россия не готова "вручить властные атрибуты женщине". Явной манипуляции нет, однако свой материал журналисты в очередной раз строят не на конкретных документированных заявлениях, а на утверждении неизвестных "источников" и "экспертов". Верить или нет журналистам, должны решить сами читатели.

В целом наши эмпирические исследования говорят о том, что политика занимает 15-25 % пространства на лентах Интернет-СМИ. Как видим, политические события энергично освещаются в Сети и сетевыми изданиями и Интернет-ресурсами традиционных СМИ. В этой связи будет интересно упомянуть о проблеме конкуренции между ними. На стадии появления Интернета в России интернетчики, лучше разбиравшиеся в форматах, жанрах и стилях сетевых публикаций, одержали очевидную победу. Сегодня есть основания полагать, что ситуация меняется – на этот раз в пользу Интернет-ресурсов традиционных СМИ.

Отдельно следует сказать об отражении политики на лентах информационных Интернет-агентств, например на ленте ИА "Росбалт". Политические новости представлены короткими емкими фразами. Стиль изложения, скорее, деловой. Очень удобно, с нашей точки зрения, присутствие рубрикатора, а также функции "все связанные с данным событием новости", когда читатель может ознакомиться не только с одним сообщением по затронутой теме, но и со всеми материалами по этой теме, публиковавшимися данным СМИ.

Однако и на скупых на интерпретацию лентах информационных агентств, в силу жанра публикаций, можно заметить следы "улыбки" журналистов. Примером служит материал "Петербургские депутаты хотят видеть женщин только в чулках" (Новости Санкт-Петербурга // Росбалт. – 2006. – 11 окт.), которому отводится целых четыре абзаца (для сравнения: большинство

политических новостей на ленте данного агентства не занимают более двух абзацев). Здесь журналисты подробно описывают идею депутата Ковалева, предложившего выделять депутатам из бюджета по 50 тысяч рублей в год на приобретение деловой одежды. Понятно, что за этой подробностью скрыта ирония авторов по отношению к подобной "законодательной деятельности народных избранников".

Одной из особенностей представления политики в Интернете является то, что пользователь имеет возможность одним движением "мышки" переключаться, например, с правительственного сайта на сайт оппозиционного СМИ. Указав в командной строке поисковой системы нужное событие, пользователь через несколько секунд получает достаточно подробный список упоминаний об этом событии во всех СМИ. Причем сегодня "поисковики" располагают функцией "Искать в новостях", что еще больше облегчает задачу посетителя Сети.

Когда заходит речь об информационных технологиях в Сети, интересным представляется мнение известного французского философа Поля Вирилио, который употребляет в этой связи выражение "фантом ампутированной конечности". "Земля более не простирается насколько хватает глаз, она показывает свои виды в какое-то странное окошко, – пишет он. – Резкое увеличение "точек зрения" является следствием прихода последней глобализации: глобализации взгляда единственного глаза циклопа, властвующего в пещере, "черном ящике", который все хуже скрывает близкий закат Истории – Истории, ставшей жертвой болезненного стремления к полному завершению"[1, 22]. По мнению известного российского исследователя Я. Н. Засурского, Интернет является одним из "китов информатизации", на которых "зиждется информационное общество" (помимо мобильной телефонии и телевидения). Благодаря оцифровке и взаимодействию эти "киты" "приобрели огромное влияние и воздействие на развитие человеческого общества, изменили образ жизни во многих развитых и даже развивающихся странах"[2, 5].

Люди узнают о переменах главным образом из средств массовой коммуникации. Это наводит на мысль, что ключевой характеристикой сдвига оказались информация и, соответственно, технологии, которые оперируют ею, обрабатывают и передают. "Да и сами СМИ претерпели радикальные изменения благодаря новым способам сбора и передачи информации – от легких видеокамер, которые сделали доступными те места, куда раньше журналистам проникнуть было трудно, до спутниковой связи, позволяющей передавать изображение на несколько тысяч километров за считанные минуты. Весь мир мог видеть, как пала Берлинская стена, как Борис Ельцин предотвратил попытку государственного переворота в Москве и как распалась бывшая Югославия", – пишет американский исследователь Ф. Уэбстер [4, 82]. Безусловно, все это не может не сказаться на политической журналистике. Она стала более мобильной, оперативной, доступной. Благодаря современным технологиям новость можно прочитать на ленте практически любого санкт-петербургского информационного агентства спустя несколько минут после самого события.

Большинство сетевых СМИ Санкт-Петербурга в своих политических выпусках используют как информационные, так и аналитические жанры. Сначала оперативно подаются политические новости, а потом, через некоторое время, даются комментарии, выражающие политические мнения. Смешанная форма подачи материалов является наиболее эффективной. Интерактивность Сети позволила создать интересные по своему содержанию проекты, вовлекающие в участие аудиторию, – своего рода жанры совместного творчества. Появились специфичные авторские жанры, как, например, рубрика "Обсуждения" в городской Интернет-газете "Фонтанка. ру". Здесь любой желающий посетитель может высказать свое политическое мнение по поводу того или иного материала издания.

Для политической журналистики важное практическое значение имеют объем сообщений и увеличение емкости канала коммуникации. В нашей стране процесс информатизации имеет свою специфику, которая не свойственна большинству территорий в Европе. Преобладающая часть новейшего компьютерного оборудования сосредоточена в мегаполисах – в Москве, Санкт-Петербурге и Новосибирске (который на западный манер даже называют "силиконовой долиной"), тогда как в отдаленные провинции оно проникает значительно медленнее. Поставщики электроники рассматривают российские пространства как неисчерпаемый рынок продаж новейших средств коммуникации, который они осваивают самым энергичным образом. Возможно, Россия находится в более выгодном положении, чем европейские страны, которые для увеличения канала передачи модифицировали телефонные линии. Сейчас все большую популярность приобретают технологии доступа к сети через спутниковую связь. В России телефонные линии всегда были слабым местом, поэтому внедрение технологии спутниковой связи позволит перешагнуть через этап замены телефонных линий и сразу получить широкополосный доступ в сеть.

Интернет вносит изменения в технологическую и социальную сущность политической журналистики как одной из основ политических процессов, преобразуя язык и стиль изложения, трансформируя традиционные жанры. Его развитие перемещает в киберпространство дискурс традиционных СМИ. Граница между сетевыми СМИ и традиционной прессой, приходящей в Сеть, в последнее время все больше стирается. Конвергенция Интернета и СМИ создает предпосылки расширения аудитории печатных и вещательных СМИ, объединения ее во времени и пространстве с интернет-аудиторией. Миграция различных форм СМИ в Интернет показывает развитие уникальной мультиканальной среды, которая, объединяя в себе исторический опыт традиционных СМИ и новые возможности мультимедиа, обеспечивает едиными средствами доставку всех форм информации, поддерживая обратную связь с каждым пользователем.

Современный контекст информационного взаимодействия государства и общества, будучи опосредованным развитием "новых медиа", многогранен и включает в себя не только правовые "разрешительные" либо "ограничительные" аспекты, не только создание инфраструктуры, не только определенный уровень финансового благополучия населения, позволяющий пользоваться благами информационной цивилизации, не только формальное декларирование принципов открытости власти.

Российские реалии говорят о том, что ресурс новых коммуникационных технологий в повышении эффективности организации информационно-политического пространства используется недостаточно, их развитие сталкивается с рядом проблем. Опыт многих стран показывает, что существует целый спектр возможностей использования электронных коммуникаций в политическом процессе, государственном управлении, демократическом строительстве социума. При этом отношения человека и власти должны включать в себя не только обмен информацией, но и всю сферу публичного, сферу гражданского общества, где в процессе коммуникации формируются политические мнения, которые должны учитываться в политике государства. К тому же возможность СМИ получать информацию "из первых рук" положительно сказывается на уровне их работы, позволяет повысить критерии достоверности и качественности материалов. Чем больше прозрачность власти, тем выше достоверность информации о реальной деятельности этой власти.

Сегодня практически каждый политик имеет свой сайт во "Всемирной паутине". Также сетевыми ресурсами обладают администрации районов и городов. В Санкт-Петербурге примером служит "Официальный портал Администрации Санкт-Петербурга" (http://www. gov. spb. ru/). Политическое мнение многих журналистов формируется, в частности, благодаря информации, которую они черпают на этом и других официальных порталах. Но представление политики в Интернете далеко не ограничивается лишь официальными источниками. "Традиционно считается, что свободные и независимые СМИ жизненно необходимы для нормального функционирования системы демократического управления общества..."[4].

Меняется состав учредителей СМИ: увеличивается количество негосударственных средств информации, а число государственных практически не изменяется. Наблюдается возросшая степень влияния свойств Интернета на формирование особенностей взаимодействия между индивидами и социальными группами в сфере политики, на структуру и функции этих связей, а также трансформацию роли современных средств массовой информации в общественно-политическом процессе. В такой ситуации происходит ускоренная трансформация медиасреды. Причем информационный пейзаж благодаря новым технологиям меняется настолько стремительно, что общество, ученые, а нередко и сами участники процесса не успевают осознавать, в каком направлении движется развитие российской прессы, и теоретически осмысливать происходящие изменения.

Достижения в области новых технологий во многом изменили характер политической коммуникации в мегаполисе. Без информационного сопровождения функционирование политического мнения может быть существенно затруднено, а обеспечение равного доступа к сетям при определенных условиях может способствовать его развитию на уровнях межличностного и межгруппового общения.

Два таких фактора, как увеличение аудитории Интернет-СМИ Санкт-Петербурга и расширение их технологических возможностей играют значительную роль при доступе горожан к политическим информационным ресурсам. В частности, политические мнения, выраженные на страницах сетевых СМИ, также становятся более доступными, что позволяет читателям вступать в дискуссии, практически мгновенно публиковать свои отзывы на то или иное высказывание.

Классические СМИ, в том числе ежедневная пресса, которые расширили свою сферу деятельности путем вывода публикаций в Интернет, оказались в выигрыше. Их сайты ежемесячно посещаются миллионами постоянных пользо-

вателей, чьи путешествия по Web-страницам набирают в итоге миллионы страниц. Электронные издания также прочно заняли свою нишу в системе СМИ мегаполиса.

Однако существует и опасность экспансии новых технологий кибер-СМИ в политическую журналистику мегаполиса – это тенденция к сокращению множественности политических мнений. Это может произойти, если ведущие информационные агентства станут обладать олигопольным контролем над всем потоком информационных продуктов. Тогда на электронных страницах читатели увидят одни и те же кадры, а газеты будут воспроизводить содержание сообщений одних и тех же информационных агентств. Пока политической журналистике Санкт-Петербурга это не угрожает, но проблема может возникнуть в ближайшем будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирилио. – М.: Гнозис, 2002. – 190 с.

2. Засурский Я. Н. Человеческое измерение информационного общества / Я. Н. Засурский // Вест. Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. – 2004. - № 3. – С. 3-8.

3. Прайс М. Благоприятная среда для свободных и независимых СМИ / М. Прайс, П. Круг // www. medialaw. ru

4. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Пер. с англ. А. В. Арапова и Н. В. Малыхина; под ред. Е. Л. Вартановой, М.: Аспект-Пресс, 2004. – 398 с.

Рецензент – А. И. Акопов.

Статья принята к печати 24.10.2006.

РУССКОЕ ИСКУССТВО НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА “ЖАР-ПТИЦА”

© 2007 Т.В. Лебедева

Воронежский государственный университет

Журнал “Жар-Птица”, издававшийся в Париже и Берлине в 1921–1925 годах, был одним из интереснейших литературно-художественных иллюстрированных журналов русского зарубежья. Важную роль в его создании и функционировании играли бывшие “аполлоновцы” Л. Бакст, Л. Лукомский, С. Маковский, А. Трубников, и естественно, что приоритеты журнала также оказались аполлоновскими: сохранение и переосмысление лучших традиций русского классического искусства в современном творчестве, активная поддержка молодых талантов.

Редактором-издателем журнала стал известный в российских и европейских журналистских кругах А. Э. Коган. С 1910 по 1916 год Александр Эдуардович Коган редактировал популярнейший в ту пору журнал “Солнце России”, созданный в одном из самых крупных издательских акционерных обществ – “Копейка”. Его имя было знакомо подписчикам журнала “Зеркало жизни” – приложения к газете “Копейка” и множества других детских и взрослых периодических изданий. Одно то, что “Жар-Птица” выходит под редакцией столь известного человека, сразу вызвало интерес читательской аудитории.

Образ сказочной жар-птицы (сирина, гамаюна) часто возникал в произведениях литературы и искусства серебряного века. Так, К. Д. Бальмонт, разрабатывая национальную тему, “поставил перед собой труднейшую задачу: “по неполным страницам” русских народных заговоров, былин, языческих мифов воссоздать “улетевшую жар-птицу”, мир психологических переживаний древнего славянина, утраченную “лживой” городской цивилизацией гармонию народной души” [6, 9]. В этой книге, вышедшей в 1907 году и названной “Жар-птица. Свирель славянина”, можно считать программным стихотворение “Жар-птица”:

То, что люди называли по наивности любовью,
То, чего они искали, мир не раз окрасив кровью,
Эту чудную Жар-птицу я в руках своих держу,
Как поймать ее, я знаю,
но другим не расскажу.
Что другие, что мне люди!
Пусть они идут по краю,
Я за край взглянуть умею
и свою бездонность знаю.
То, что в пропастях и безднах,
мне известно навсегда,
Мне смеется там блаженство,
где другим грозит беда.
День мой ярче дня земного, ночь моя –
не ночь людская,
Мысль моя дрожит безбрежно,
в запредельность убегая.
И меня поймут лишь души,
что похожи на меня, –
Люди с волей, люди с кровью,
духи страсти и огня [1, 75].

Ко времени выхода в свет одноименного со стихотворением журнала многие его строки оказались пророческими. Но был и другой стимул назвать журнал именно так. На Западе был принят с триумфом балет И. Ф. Стравинского “Жар-птица”, поставленный М. М. Фокиным в Гранд-Опера, с костюмами Бакста, с самим Фокиным и Т. П. Карсавиной в главных ролях. Фарфоровые фигурки этих персонажей работы русского мастера Иванова раскупались в Париже не менее охотно, чем билеты на балет.

Триумф русского искусства дал название журналу об искусстве. И программное стихотворение журнала, опубликованное в начале первого номера, написанное редактором литературного отдела Сашей Черным (В “Жар-Птице” он подписывался исключительно как А. Черный), называлось “Искусство”:

Бог, злой Отец, нас соблазнил Эдемом
И предал псам, и выгнал скорбно в тьму.
И только Музы ласковым гаремом

Как отзвук рая, сходят к нам в тюрьму.
Глаза их манят радостью могучей,
Бессмертный свет дрожит на их челе...
Вставай, мир ближний, бьющийся в падучей!
Есть мир иной на этой злой земле.
Нет Бога? Что ж... Нас отогреют Музы.
Нет правды? Пусть... Сны жажду утолят:
Распятый дух срывает гневно узы
И все безумней рвется в Светлый Сад.
Из века в век звенит мечта живая,
Всех палачей она переживет –
Она одна, всех праведных венчая,
Нетленной скорбью плещет в эшафот.
Без слов Христа, поэта из поэтов,
Без слез Бетховена, без Фидиевских грез
Одни холмы бесчисленных скелетов
Сковал бы смертью мировой мороз.
Вставай, мой брат... И робкий, и печальный,
К твоим ногам склоняюсь я во тьме;
Есть мир иной, загадочный и дальний –
Любовь поет и в склепе, и в тюрьме.
Цветут цветы. Томясь, шумят деревья.
Пока у нас не выкололи глаз,
Мы, забывая горькие кочевья,
В ладье мечты утешимся не раз [15, 75].

Естественно, что такие строки, как "Бог, злой Отец, нас соблазнил Эдемом и предал псам, и выгнал скорбно в тьму" или "Распятый дух срывает гневно узы и все безумней рвется в Светлый Сад", – аллегории, относящиеся не только к библейским сказаниям, но и к новейшей истории России, равно как и упоминания о "холмах бесчисленных скелетов", склепах, тюрьмах, эшафотах, разуверенности в правде, безбожии, "горьких кочевьях".

Горькие кочевья не ожесточили души русских интеллигентов, не умалили их любовь к родине и надежду на примирение нации. Язык искусства – наиболее удобный для этой цели. "На нем поется первая робкая песнь о примирении, – пишет Н. Рощин в рецензии на книгу "Артисты Московского Художественного Театра за рубежом". – Он проникает в глубины никогда и ничем не истребимой человечности, за туманами сегодняшних злоб раскрывает солнечные просторы и наполняет далекую жизнь зовущими обетованиями, вдохновляющей всех чистой музыкой. И здесь человечество снова находит себя" [10, 35].

Гордость за русское искусство, с триумфом выступающее на Западе, едва ли не главная тема журнала. Андрей Левинсон в статье "Русское искусство в Европе" пишет, что до дягилевских сезонов оно оставалось в стороне от великих путей международного художественного обмена, и "в сознании Запада русский вклад был представлен пацифистскими холстами Верещагина, столь благородными по гуманитарному своему пафосу и столь нищими живописным мастерством" [7, 9].

Первая русская выставка в Париже, "подобранная не с вялым чиновничьим эклектизмом, а с законным творческим пристрастием" [7, 9], изменила представление Запада о русском искусстве, возбудила интерес к нему, продемонстрировала многогранность русского искусства. "Какое искусство мы назовем русским? То ли, что создано мастерами, русскими по крови? – ставит вопрос автор статьи и отвечает: Едва ли, ибо как построить историю нашу без французов Брюлловых и Ге, грека Венецианова, немца Кипренского? Как представить русскую пейзажную живопись без еврея Левитана? Старую Академию – без итальянца Бруни, новую – без грека Куинджи? Что останется от группы "МИ", если исключить из нее Бакста, Бенуа, Лансере, Рериха? Но портретисты восемнадцатого века? Луи Рео не случайно настаивает на малороссийском происхождении Левицкого и Боровиковского и их киево-галицийской культурной принадлежности. В то же время тридцатилетняя катастрофа передвижничества – дело бесспорно русских рук" [7, 14].

Обратив внимание на то, как многие российские художники работают в Италии, Левинсон приходит к выводу, что историю и характеристику русской школы пластического искусства невозможно построить ни на племенных, ни на территориальных признаках. "Рационализировать ее пока невозможно. Но мы видим отчетливо, что ее бытие есть нечто реальное, а не мистически лишь сущее" [7, 14].

Гордостью за русский театр проникнута рецензия князя Александра Шервашидзе "Светлый луч в темном царстве". Утомленный банальностью и цинизмом бытовых пьес на Западе, автор считал, что и золотой век русского театра остался позади. От гастролей Русского Романтического театра он не ждал чуда. Его пугало "отсутствие солидарного пафоса в зрительном зале, полная изолированность его и отрешенность от того действа, что происходит на сцене" [18, 27]. Невольно напрашивалось сравнение "с мистическим, еще пахнущим ладаном храмом, превращенным во всем доступный кинематограф" [18, 27]. При виде афиши РРТ "сердце не дрогнуло, душа не зажглась. Опять нечто в виде блестящих крылышек синей птицы, которые отражаются в столь же блестящих бокалах за столиками и находят свой пластический музыкальный аккомпанемент в оживленных лубках и фарфоре?" [18, 31].

К счастью, ожидания критика не подтвердились, и он с удовольствием подводит итоги первого сезона: "В своем романтическом устрем-

лении театр обрел те образы и начертанья, которые одни и были в состоянии согреть и умилить равнодушную к театральному искусству толпу" [18,31]. После беседы с режиссером театра Б. Романовым автор делает вывод, что коллективом РРТ "найдена дальнейшая эволюция жестоко прерванного пути русского театра, осуществлены начала нового лозунга, ныне всем близкого и понятного, что под снегами воспоминаний набухают свежие ростки нового творчества и... в мрачном царстве загорелся светлый луч" [18,31].

Об интернациональных корнях русского балета пишет Александр Плещеев, утверждающий, что "русская Терпсихора расцветала с помощью старших сестер – французской, главным образом, и итальянской. Но "наш балет не оставался в долгу у своих воспитателей и не только отплатил им с благодарностью, но показал свои собственные ценности, которые встретили всеобщее признание и, в свою очередь, к концу 19-го века сделались образцами для европейского искусства" [8, 30].

Отмечая вклад в это "всеобщее признание" Стравинского, Бакста, Бенуа и в особенности приглашенного Дягилевым М. М. Фокина, Плещеев как бы передает слово ему, и Фокин сообщает, что постановка "Маркизы" – его давняя мечта.

"Я много работал над музыкой "модерн", я люблю всех их: и Дебюсси, и Равеля, и Стравинского, и Скрябина... Я с радостью углубляюсь в их изысканные гармонии, отдаюсь всем существом моим их необыкновенным ритмам.

Но Моцарт для меня как свежий воздух после пряных, изысканных ароматов, как ясное солнце... Танцы этой эпохи трактовались как церемонная "скучища". Мне хотелось создать сюжет игривый, задорный, пикантный и легкий" [14, 38].

Материалы о балете, как принято журналом, сопровождаются большим количеством очень качественно выполненных фотографий солистки балета Веры Фокиной в роли Маркизы на сценах Нью-Йорка и Парижа.

Гордостью за русское искусство проникнут очерк В. Светлова, побывавшего в окрестностях Лондона в "плюшевом домике" балерины Анны Павловой, создавшей "элегию-грезу "лебединой песни", трогательную картину "смерти лебедя", всемирно теперь известную". Светлов пишет, что последнее появление "царевны-лебеди русской хореографии" в Париже весной 1921 года выросло в исключительное художественное событие. "Только ее имя могло собрать в огромный, мрачный зал Trocadero – самого нелюбимого театра Парижа – такую массу публики и наполнить его сверху донизу в течение пяти вечеров" [11, 28].

"Несмотря на тяжелое – и духовное, и материальное – состояние эмиграции, искусство наше не только не умирает, но постепенно завоевывает все шире и шире внимание западноевропейских художественных кругов" [2, 39], – с этих слов начинает свое "Рассуждение о музыке" Скрябина и Стравинского Владимир Вальтер. За этими именами великих музыкантов современности он видит две совершенно несхожие тенденции развития музыки: "Если когда-либо возможно применение шопенгауэровского определения музыки как непосредственного выражения воли, то именно в данном случае, в оценке скрябинского творчества. Весь Скрябин – в мистическом, религиозном напряженнейшем устремлении. Вся его жизнь была исканием выхода в иные, потусторонние миры. Музыка никогда не была и не могла быть самоцелью для Скрябина, она есть лишь средство, необычайно могущественное, для иных целей, стоящих уже по ту сторону человеческих делений единой стихии жизни на области искусства, религии или философии" [2, 40].

Из сказанного автор делает вывод, что "Скрябин в музыке – один из самых ярких представителей той целеустремленности в искусстве, к которой в области литературы принадлежит Достоевский, и методы воздействия их на читателя или слушателя имеют в корне что-то общее" [2, 40].

Стравинский рассматривается автором как музыкальный антипод Скрябина. Вальтер считает, что Стравинский-человек и его музыка "как будто ничего общего между собой не имеют. Музыка представляет для Стравинского как будто замкнутое царство, в котором все вещи, наши земные, реальные вещи, имеют свою музыкальную окраску, свои музыкальные свойства...

Создание абсолютно ценных музыкальных произведений, независимо от того, будут они влиять на жизнь как реальная действующая сила или нет – вот цель творчества Стравинского. При всем своем радикальнейшем новаторстве, необычайной смелости ритмов, гармоний, сочетания тем, часто в ущерб старой музыкальной "красивости", давая необычайные по яркости и характерности колорита моменты (стоит вспомнить хотя бы "Гулянье" в "Петрушке"), Стравинский всегда неизменно остается в области "чистой музыки" [2, 40].

Естественно, что, сравнивая этих совершенно не похожих друг на друга композиторов, автор касается и столь сильно привлекающего внимание вопроса о степени русскости того и другого: "Казалось бы, что Стравинский весь пропитан национально-русским духом. Как часто Стравинский пользуется русскими народными темами, ритмами, придавая им необычайную, брызжущую яркость и остроту. И несмотря на это, именно по характеру своего творчества Стра-

винский гораздо больше "европеец", чем Скрябин. Скрябин никогда не брал национально-русских народных тем, но самая "устремленность" его, одержимость делают его определенно национально-русским" [2, 40].

Такие же чувства, как Скрябин и Стравинский – в музыке, вызывало у русских эмигрантов имя И. А. Бунина. С. Поляков-Литовцев начинает свой очерк о Бунине такими словами: "До сих пор не могу понять, как это мы, в старой России, просмотрели Ивана Бунина! Не вспомню, чтобы кто-нибудь прочитал о Бунине публичную лекцию. Даже в те баснословные годы, когда лекции читались решительно обо всех – чуть ли не об Анатолии Каменском – и устраивались общественные диспуты о том, что есть Лука из горьковского "На дне": символ или просто старичок без паспорта?.." [9, 33].

Анализируя творчество этого "крупнейшего и подлинного человека", автор подчеркивает, что "Бунин покоряет **внимательного** читателя необыкновенной остротой наблюдения и чудесной правдивостью изображения. Строгости рисунка у него соответствует аскетическая честность слова. Никогда Бунин не польстится на эффектный литературный прием, на красивую фразу" [9, 33]. Автора восхищает богатая портретная галерея Бунина, охватывающая массу деревенских типов. "Одни из них написаны масляными красками, тщательно и густо; другие намечены акварельно; третьи чуть-чуть тронуты карандашом. Но все они одинаково изумительны своей яркой жизненностью" [9, 33].

Встречи с русским искусством рождали ностальгические настроения, выражавшиеся и в прозе, и в стихах, и в публицистике, выливавшиеся в письма и на страницы дневников.

Александр Трубников начинает статью о Петербурге в иллюстрациях Лансере словами: "Что имеем, не храним, потерявши, плачем"... Кто из нас, когда Петербург был близок, когда мы жили в нем, не бранил его за слякоть, холод и тьму, не мечтал вырваться из гнилого болота в веселый Париж или к лазурному морю!.. Кто из нас теперь, когда Петербург далеко, не вспоминает с тоскою былого Петербурга, его широкого, величавого лика, его жизни и быта, его театров, музеев, лавок, курьезов?!" [13, 32].

Другому певцу Петербурга посвятил свой очерк С. Горный. Герой этого очерка, русский Пиросмани, Евтихий Зотов – создатель вывесок, в которых "кипела сама жизнь", поскольку вывески, по убеждению Горного, "это театр, это музей улицы... Только мы, зачарованные путники, ходим меж символов, ходим по русской, простой улице, по Боровой и Казачьей, и думаем, что это простые будни, трактиры и булочные, мелочные и курятные. И не знаем, что это затихший, завороженный город. Две стены с Ван-Гогами и Сезаннами с Гулярной и Ямской" [3, 32-33]. Как отмечает В. Костиков, глубоко исследовавший жизнь русской эмиграции 20-х – 30-х годов, письма эмигрантов этих лет друг к другу, своим друзьям, оставшимся в России, полны сетований на "обывательское болото эмигрантщины. Мало кто жаловался на трудности быта, на безденежье, на жизнь из милости. Жаловались на отсутствие смысла жизни, большого дела" [5, 98].

Но обстановка в России не оставляла надежды на скорое возвращение. "Русский эмигрантский поток с каждым днем все шире охватывает Европу. Бегут все, кто может бежать. Но за последнее время особенно сильно хлынула волна людей искусства... Крупное место между бежавшими занимают артисты, среди них – лучшие представители наших театров. Если посмотреть кипы эмигрантских газет со всеми их объявлениями о концертах, балетах, спектаклях, можно легко представить себе, что находишься в самом разгаре большого сезона где-нибудь в Москве или Петербурге" [4, 2], – писал журнал "Жар-Птица" в конце 1921 года. Тогда же на Запад пришло известие о гибели Н. С. Гумилева. Анализируя его стихи об Африке, "изданные незадолго до мученической смерти" (сборник "Шатер"), А. Черный пишет: "Какой шатер раскинул над головой томившийся среди красных дикарей поэт-заложник? О чем мог он писать в стране, где полный словесный паек отпущен только привилегированным Демьянам, жирным шутам, увеселяющим досуги тиранов? О чем мог он писать там, где даже несоветское выражение глаз считается смертным грехом, где выстрел наемного китайца в затылок сводит последние счеты с непродавшейся музой?" [17, 36-37]

Естественно, что интерес к тем из собратьев по перу, кисти, сцене, кто еще остался в России, был особенно велик. Анализировались их книги, вышедшие как на родине, так и за ее пределами. Так, в первом номере журнала (1921 г.) опубликованы рецензии Андрея Левинсона на новые книги Блока и А. Черного – на "Подорожник" Ахматовой, изданный в Праге. Черный пишет, что "на русском Парнасе уже давно творится неладное... Тем дороже сейчас эта, написанная только для себя, книжечка, увидевшая свет... в безумные дни 1921 года. Пленителен и честен в каждом слове этих стихов русский язык (все, что у нас осталось), пленителен и дорог образ самого поэта – русской женщины, души которой не коснулась ни одна капля грязи, воющей, кишащей накрашенными музами-проститутками улицы"[16, 43].

В третьем номере журнала опубликованы последние страницы дневника Л. Н. Андреева, сопровожденные фотографиями – портретом самого писателя, его детей Вадима и Саввы среди сугробов, с саночками; последней обители писателя в Финляндии – двухэтажного дома в мягком свете ночных фонарей, среди деревьев в инее, с расчищенной между сугробами дорожкой. Но покой, навеваемый фотографиями, диссонирует с тревожным состоянием автора дневника: 10 сентября он описал сильную бомбежку, свое беспокойство за жену и детей, а 12 сентября Андреев умер.

О судьбе многих из земляков эмигранты вообще ничего не знали. Нередко умерших долго числили живыми, живых – погибшими. В этом смысле характерна корреспонденция Александра Трубникова "Как живет и работает И. Я. Билибин". Этот художник надолго исчез из поля зрения современников, многие считали его пропавшим без вести и даже погибшим. Трубников обнаружил Билибина в Египте, узнал, что он не хочет уезжать оттуда, надеясь сделать что-то существенное и "не пропустить Палестины, раз находишься в двух шагах от нее". Приведя для наглядности множество высказываний самого героя корреспонденции, автор пытается передать его мироощущение: "Я – единственный настоящий художник на весь Египет... Казалось бы, положение блестящее! – один на целую страну, никакой конкуренции, словом, золотые россыпи, а на самом деле еле удается чинить подметки. Ну да все это ерунда! Зато здесь удобно работать, и, главное, – идеально тихо и спокойно...[12, 33].

Это желание покоя после испытанных злоключений и страданий – чувство, которое роднит многих авторов и героев "Жар-Птицы". В упоении русским искусством, окружившим их на чужбине, они черпали силы для того, чтобы жить дальше и оставаться интеллигентными людьми, патриотами растерзанной России. Естественно, что эмигрантская жизнь также накладывала отпечаток на проблематику журнала: он неназойливо, но постоянно поддерживал патриотические чувства читателей, обсуждал такие проблемы, как новый репертуар советских театров, неразумная борьба оркестрантов против диктата дирижера за коллективное (!) руководство оркестрами, распродажа и утрата для общества бесценных предметов искусства из русских частных коллекций как в самой России, так и за ее пределами, необходимость сохранить традиции русского балета с помощью школ с русскими примами-балеринами в роли учителей и т. д.

Как большинство литературно-художественных журналов, "Жар-Птица" публиковала и литературу, и художественную критику, соотношение между ними было примерно 1:1, приблизительно поровну печаталось стихов и прозы. Среди близких к журналу поэтов были и снискавшие себе славу в России И. Бунин, Н. Крандиевская, Вс. Рождественский, В. Ходасевич, и начинающие – Н. Берберова, Н. Кальма, Н. Минский, Е. Полевицкая, Г. Струве, Л. Чацкий. Наиболее часто печатались К. Бальмонт, В. Сирин (Набоков), А. Черный. Из прозаиков активно сотрудничали с журналом Б. Пильняк, А. Ремизов, И. Соколов-Микитов, почти в каждом номере печаталась Тэффи. Кроме рассказов журнал публиковал маленькие повести ("Облака" И. Лукаша), короткие пьесы ("Души чистилища" Б. Зайцева), мемуары ("Десять ртов" Василия Немировича-Данченко), сказки (особенно северные – И. Сергеева и Н. Пинегина), дневники и т. п.

Среди критических материалов преобладали рецензии на произведения изобразительного искусства (их 60 %), из них две трети – именно рецензии, оставшаяся часть содержит почти в равных пропорциях заметки, корреспонденции, статьи, очерки и эссе. Наибольшей глубиной и серьезностью отличались рецензии, статьи и эссе Сергея Маковского, Андрея Левинсона и Вл. Татаринова, а также немецкого исследователя русской живописи и графики Марка Осборна. Среди материалов по изобразительному искусству преобладали персоналии: анализировались работы Бакста, Билибина, Врубеля, Головина, Б. Григорьева, Добужинского, Кравченко, К. Коровина, Лансере, Левитана, Малявина, Пастернака, Сомова, Сорина, Судейкина и Шагала – то есть в основном тех же, кому посвящал свои страницы "Аполлон", может быть, за исключением Сорина, который расцвел уже в эмиграции.

Около 25 % критических статей и рецензий было посвящено театру. Основной повод для публикации – гастроли в Европе и Америке балета Дягилева, Мариинки, МХАТа, Русского романтического театра, новые постановки русских режиссеров в Европе ("Саломея" О. Гзовской и В. Гайдарова, "Маркиза" М. Фокина). Среди театральных рецензий персоналий гораздо меньше, и посвящаются они выдающимся актерам: Анне Павловой, Качалову, Книппер-Чеховой, Шаляпину. 15 % материалов рассказывают о новых книгах и музыке.

Необходимо особенно отметить художественное оформление журнала. Редактор-издатель А. Э. Коган и художественный редактор Лев Бакст приложили немало усилий, чтобы журнал был подлинным произведением искусства. И полиграфическая база издательства "Русское искусство" давала возможность сделать его таким. Каждой публикации о художественном творчестве предшествовал (или сопутствовал) "пакет" прекрасно выполненных репродукций с работ

художника или объединения художников, или выставки, о которых идет речь в материале. Репродукции подбирались таким образом, что служили иллюстрациями к публиковавшимся на соседних страницах стихам и рассказам. Так, рассказ Тэффи "Соловки" (№ 1) иллюстрируется изображениями рериховских монастырей в снегу и зимними пейзажами Финляндии Василия Шухаева; рассказ А. Ремизова "Трактир" (№ 2) сопровождается портретами купцов и жанровой картиной, изображающей трактир, В. Шухаева, репродукциями декораций Кустодиева, на которых изображены торговые ряды Костромы, кустодиевскими портретами купчих; рассказ А. Толстого "Четыре картины волшебного фонаря" (№ 3) иллюстрируется натюрмортами С. Чехонина из серии "Русский фарфор" и портретом дамы в сценическом наряде с театральными масками в руках А. Яковлева.

Таким образом, значение иллюстраций оказывалось более многоплановым, чем это было принято ранее:

а) они являлись иллюстрациями к литературным произведениям – стихам и прозе;

б) они давали широкое представление о творчестве художника, которому была посвящена статья в данном номере журнала;

в) они помогали сравнить творчество данного художника с аналогичными работами его современников и тем самым выявить своеобразие его творческой манеры.

Публикации о музыке, балете и драматическом театре также чаще всего иллюстрируются "пакетами", но уже не картин, а очень хорошо выполненных фотопортретов актеров в той или иной роли. Нередко такой "пакет" даже не сопровождается отдельным текстом, в таком случае подписи под фотографиями более подробны и содержат достаточное количество самой свежей информации.

Новым для русского литературно-художественного журнала было наличие в каждом номере нескольких рекламных текстов, очевидно, необходимых для поддержания журнала "на плаву". Справедливости ради следует отметить, что редакция принимала в основном ту рекламу, которая соответствовала его эстетическому кредо. В основном рекламировались книги (чаще всего – по искусству), женские наряды, рояли, картины, парфюмерия, чай и сладости. Повторы объявлений были крайне редкими, примерно 1:10, более двух раз ни одна реклама не повторялась. Примерно половина ее сопровождалась хорошо выполненными иллюстрациями.

В 1925 году "Жар-Птица" прекращает свое существование, но на смену ей приходит не менее роскошный и красочный журнал "Искусство славян", печатавшийся не только на русском, но и на других славянских языках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бальмонт К. Д. Стозвучные песни. Сочинения.(Избранные стихи и проза) / К. Д. Бальмонт. – Ярославль: Верхневолжское кн. изд-во, 1990. – 336 с.

2. Вальтер В. Рассуждение о музыке. Скрябин и Стравинский / В. Вальтер // Жар-Птица. – 1922. – № 6.

3. Горный С. Вывески (По русской улице) / С. Горный // Жар-Птица. –1922. – № 9.

4. Г. Р. К постановке "Саломеи" // Жар-Птица. – 1922. – № 3.

5. Костиков В. Не будем проклинать изгнанье / В. Костиков. – М.:,1990. – 163 с.

6. Куприяновский П. В. Поэт с утренней душой / П. В. Куприяновский, Н. А. Молчанова // Бальмонт К. Д. Стозвучные песни. – Ярославль, 1990. – 336 с.

7. Левинсон А. Русское искусство в Европе / А. Левинсон // Жар-Птица, 1923. – № 12.

8. Плещеев А. А. М. Фокин и новый балет / А. А. Плещеев // Жар-Птица. – 1921. – № 1.

9. Поляков-Литовцев С. Иван Алексеевич Бунин / С. Поляков-Литовцев // Жар-Птица. – 1921. – № 3.

10. Рощин Н. Элегия / Н. Рощин // Жар-Птица. – 1923. – № 6.

11. Светлов В. Анна Павлова / В. Светлов // Жар-Птица. – 1921. – № 2.

12. Трубников А. А. Как живет и работает И. Я. Билибин / А. А. Трубников // Жар-Птица. – 1921. – № 2.

13. Трубников А. А. Петербург. Иллюстрации Лансере и старинные гравюры / А. А. Трубников // Жар-Птица. – 1921. – № 2.

14. Фокин М. Маркиза (по поводу моей постановки моцартовского балета) / М. Фокин // Жар-Птица. – 1921. – № 1.

15. Черный А. Искусство / А. Черный // Жар-Птица. – 1921. – № 1.

16. Черный А. "Подорожник" Ахматовой / А. Черный // Жар-Птица. – 1921. – № 3.

17. Черный А. "Шатер" Гумилева / А. Черный // Жар-Птица. – 1921. – № 3.

18. Шервашидзе А. Светлый луч в темном царстве / А. Шервашидзе // Жар-Птица. – 1922. – № 10.

Рецензент – Т. А. Дьякова.

Статья принята к печати 09.09.2006.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРОВИНЦИАЛЬНОЙ КАЗЕННОЙ ПРЕССЫ (НА МАТЕРИАЛЕ "ТОМСКИХ ГУБЕРНСКИХ ВЕДОМОСТЕЙ")[1]

© 2007 Ю.Л. Мандрика

Тюменский государственный институт искусств и культуры

Изучение экономического положения казенной[2] прессы XIX века позволяет моделировать способ функционирования провинциальных изданий в сегодняшних условиях. Власть и деньг – "две наиболее важные силы", которые всегда "стремились оказать решающее влияние на печать" [10, 89]. Для неофициальной части губернских ведомостей всегда были иные режимы цензуры и финансирования, нежели у частной печати[3]. Стремление нынешних региональных властей участвовать в местных изданиях через оплату помещаемой официальной информации повышает уровень помех в информационном пространстве и заставляет искать пути, как сделать каналы связи более емкими для диалога между изданием и читателем.

В последнее время в научных исследованиях проскальзывает мысль, что практика современного законодательства в области печатных СМИ нередко напоминает политику Александра II [13, 346 и др.], пытавшегося ограничить свободу прессы при обсуждении существующей власти и преимуществ других форм государственного устройства. Возникающие исторические параллели заставляют всматриваться в практику тех лет, искать рациональное зерно, которое бы способствовало успешному функционированию периодических изданий.

Становление прессы Сибири мало чем отличалось от такого же процесса в регионах европейской части России. Единственным существенным отличием были временные рамки: первые издания восточных окраин, а затем частные газеты и журналы начали появляться лет на 25–30 позднее, нежели в центральных районах государства. Сохранившиеся документы позволяют увидеть тот непростой путь, по которому вынуждены были проходить инициаторы создания провинциальной прессы.

В декабре 1854 г. директор училищ Томской губернии статский советник Федор Семенович Мещерин обратился в губернское правление с письмом, в котором задал волнующий образованную публику вопрос об издании "Губернских ведомостей": "Не было ли переписки... у губернского правления с вышестоящим начальством" на этот предмет, "почему до сих пор не было признано возможным приступить к изданию означенных ведомостей", позволит ли "состояние типографии... приступить в будущем году к изданию..." [7, д. 643, лл. 1–1об.; 23, 50–53].

В подготовленной справке достаточно обстоятельно изложена история вопроса. Еще в авгус-

---

[1] Документы того времени, касающиеся вопросов печати, в архивах Сибири практически не сохранились. Обнаруженные дела в Государственном архиве Томской области помогли определить выбор объекта исследования.

[2] Всю прессу исследователь А. Н. Боханов подразделяет на казенную и частную [2, 28-37]. Слово "казенная" в дискурсе данного исследования стилистически более точное. Энциклопедия фиксирует значение сочетания "казенные заводы" как "государственные промышленные предприятия, находившиеся в ведении различных ведомств" [1, 179]. Губернские ведомости, будучи продолжением сенатских изданий [7, д. 1108, л. 200об.], находились в ведении МВД, т. е. были казенными.

[3] Читатель видел эту разницу в содержании издания. В начале 1865 г. во время редакторства Д. Л. Кузнецова в неофициальной части "Томских губернских ведомостей" сотрудничали самые яркие представители сибирского областничества – Н. М. Ядринцев и Г. Н. Потанин. Мемуарист, ошибаясь в деталях, был совершенно точен в восприятии "официального органа", неофициальная часть которого "пошла за настоящую как бы частную газету. Публика заметила появление оригинального провинциального органа печати и стала его читать, проникаясь сознанием тех местных интересов, в которых она до тех пор плохо разбиралась" [11, 134].

те 1847 г. гражданский губернатор генерал-майор П. П. Аносов уведомил губернское правление, что каждая губерния обязана "для облегчения порядка сношений издавать особые губернские ведомости" [7, д. 643, л. 2]. При этом его интересовало, как "привести в надлежащее исполнение означенное узаконение". Согласно Именному указу, данному Правительствующему Сенату от 3 июня 1837 г., о порядке производства дел губернских правлений одним из пунктов было определено, что действие этого документа не распространяется на Сибирь и Остзейский край, а также на Кавказскую и Бессарабскую области.

Очевидно, сложные отношения между генерал-губернаторами и гражданскими губернаторами Сибири[4] до появления на политическом горизонте П. П. Аносова не позволяли артикулировать проблему гласности, которая уже в 50-х начала выходить на авансцену всей российской периодики. К моменту обращения Ф. С. Мещерина с запросом в губернское правление первый номер ведомостей в Бессарабии вышел. Это случилось 17 июля 1854 г. Аналогичные издания появились на Кавказе и в остзейских губерниях.

Учреждение ведомостей предполагало финансовые затраты на содержание редактора, двух наборщиков и двух "тараторщиков"[5]. Предстояло увеличить помещение типографии "по крайней мере двумя комнатами", завезти новый типографский станок и литеры. Губернское правление решение такой задачи, как сказано в справке, "находит невыполнимым" [7, д. 643, л. 3об.] из-за недостатка финансов.

Тем не менее проект "О составлении и издании Томских губернских ведомостей" был написан. В нем были предусмотрены не только принцип подбора статей, но и технология прохождения их от предварительного просмотра текста и размещения его по столбцам (макет) до получения денег за подписку.

С момента обращения губернатора в губернское правление по поводу ведомостей до появления проекта издания прошло почти восемь лет. И лишь в 1855 г. Томский губернский совет рассмотрел насущный для Сибири вопрос.

Но и тогда губернское правление не решилось принять "на себя издания ведомостей без содействия гимназии". Старший учитель Ф. Рудаков[6] в рапорте заявил о готовности участвовать в "составлении и корректуре неофициальной части... если труд этот между им и г. Андреевым[7] или кем-то другим будет разделен поровну, то... почитает для себя возможным принять эту обязанность, если будет назначено ему вознаграждение не менее 150 р. сер." [7, д. 643, лл. 23об.–24] в год.

В главу об управлении Сибирью пункт об издании при каждом губернском правлении особых ведомостей попал лишь 6 декабря 1856 г. Высочайше утвержденное Сибирским комитетом положение об издании губернских ведомостей подвело итог переписке между гражданским губернатором и губернским правлением. И сразу в штатное расписание последнего был включен начальник газетного стола, который автоматически становился редактором ведомостей и начальником типографии. Неофициальная часть отдавалась на откуп представителю местного образовательного учреждения.

Но история с тремястами рублями в год в качестве платы за подготовку неофициальной части набирала обороты. Губернское правление "при внимательном и подробном разсмотрении всех соображений" предложило "не более 200 руб. серебром". При этом двум учителям, пожелавшим заниматься Томскими губернскими ведо-

---

[4] Во второй половине XIX в. Западно-Сибирское губернаторство объединяло Томскую и Тобольскую губернии, Восточно-Сибирское – Енисейскую и Иркутскую губернии, Якутскую и Забайкальскую обл. Отношения между гражданскими губернаторами и генерал-губернаторами не были определены по той причине, что институт последних не был прописан законодательно. См. подробнее [19, 95-158]. Ср. ситуацию с нынешними полномочными представителями президента.

[5] В документе фигурирует разговорный вариант слова "тередорщик" – работник типографии, накатывающий краску на печатный станок. Попросту – печатник.

[6] Коллежский асессор Филолог Васильевич Рудаков, из обер-офицерских детей, старший учитель российского законоведения Томской губернской гимназии, двадцати девяти лет. После окончания курса Императорского Казанского университета со степенью кандидата и золотой медалью определен старшим учителем судопроизводства в Томскую губернскую гимназию в январе 1849 г. С 1852 г. "с удержанием прежних должностей" изъявил желание стать секретарем Томского губернского комитета попечительства о тюрьмах [8, д. 203, лл. 11–16]. Впоследствии – инспектор училищ Восточной Сибири.

[7] Надворный советник Яков Гаврилович Андреев, из обер-офицерских детей, 32 лет. Окончил полный курс наук в Императорском Казанском университете, утвержден студентом первого отделения философского факультета и определен генерал-губернатором Западной Сибири старшим учителем латинского языка в Томскую губернскую гимназию в ноябре 1845 г. [8, д. 203, лл. 5–10].

мостями, было предложено выделенную сумму "употребить на содержание в гимназии одного или двух пансионеров с присвоением им названия "пансионеров Томской гимназии" или, наконец, обратить ее в постоянное пособие бывшему учителю той же гимназии г. Эльснеру..."[8]. На полях документа была сделана кем-то приписка, что нет "более лестного вознаграждения, нежели денежная плата за труд" [7, д. 643, лл. 26–29].

В конечном итоге Томское губернское правление в письме на имя директора томских училищ от 14 августа 1857 г. сообщило о своем решении: "Особого вознаграждения в виде настоящей обязательной платы не представляется никакого основания... по неимению на подобный расход разрешения в законе... в случае затруднения в безвозмездном приобретении для Томских губернских ведомостей статей литературных и ученого содержания по недостатку желающих участвовать в оных своими трудами из одного лишь соревнования к успехам просвещения и общей пользе, неофициальный отдел сих ведомостей может быть наполняем статьями, заимствованными из других периодических изданий" [9, д. 2233, л. 20об]. Такой подход к авторам будущего издания определил судьбу "Томских губернских ведомостей": отсутствие авторов не позволило неофициальной части регулярно появляться в свет на первом году издания. В одном из номеров помещено объявление за подписью Ф. Мещерина, что "по недостатку времени и средств на приготовление статей для части неофициальной" последняя отсутствует. И далее: "Соответственно... программе подготовлены самою редакцией и получены от некоторых сотрудников и корреспондентов многие любопытные по содержанию статьи. Конечно, редакция по своим скудным средствам не может обещать ничего изящного и занимательного; зато употребит все от нее зависящее сделать губернские ведомости, сколько возможно, нескучными и небесполезными для любознательных читателей. Если четвертая часть ее годичного издания признана будет достойною внимания, то, при ничтожной ценности газеты, и это должно привлечь к ней расположение публики" [22, 1857, № 12].

Законодательно затеяв издание, учредитель не хотел тратиться на его содержание. Хотя, как еще верно заметил историк сибирской печати П. М. Головачев, ведомости стояли "не на одинаковой высоте; это зависело от степени просвещения и благожелательности лиц, стоящих во главе местной администрации края" [3].

По-другому обстояло дело в "Тобольских губернских ведомостях".

В мемуарах Г. Н. Потанин писал, что он посылал статьи[9] тобольскому губернатору В. М. Арцимовичу, за которые "получил от него гонорар сто рублей" [16, 137]. В другой период, когда тобольские журналисты решили сделать из неофициальной части литературный орган Сибири, вознаграждение авторам также выплачивали. Эпистолярные заметки В. В. Костюриной свидетельствуют, что в ведомостях "платят по 5 копеек за строчку и не могут найти сотрудников" [12, 295]. Недостаток литературных сил[10] заставлял заинтересованных в существовании прессы лиц искать авторов, иногда и за пределами губернии, стимулировать их в нарушение существующего законодательства, лишь бы издание было интересным. Хотя поступления в кассы газет вплоть до 90-х годов XIX в. "складывались из стоимости подписки и небольших сумм от розничной продажи... Доход за публикацию платных объявлений... являлся также величиной незначительной" [2, 20]. В губернских ведомостях ситуация была аналогичной.

В середине шестидесятых из департамента полиции исполнительной за подписью министра МВД статс-секретаря П. А. Валуева в адрес начальников губерний был разослан циркуляр, в котором указывалось, что губернские типографии, "составляя обильный источник дохода для улучшения издания ведомостей, а также для усиления средств губернских правлений... находятся в совершенном застое, и в отношении производительности своей... далеко отстают от частного типографского производства" [7, д. 1108, л. 1]. Последнее же в своем развитии шло семимильными шагами. За период с 1834 по 1864 г. в России количество полиграфических предприятий увеличилось в 7,25 раза [14, 21]. Однако такие изменения никоим образом не коснулись сибирских губерний.

"Редкие наши города имеют публичные библиотеки, скудно поддерживаемые, что дока-

---

[8] Старший учитель математики и физики Самуил Эльснер (март 1854 г.) в июне 1853 г. тяжело заболел [9, д. 206, л. 17].

[9] Все публикации Г. Н. Потанина в "Тобольских губернских ведомостях" собраны в подборку в Антологии тобольской журналистики [21, 472-534].

[10] В письме к Н. С. Щукину, пытавшемуся затеять литературный журнал "Сибирь", Г. Н. Потанин писал: "И что за сотрудники, которыми Вы хвастаетесь... Вы просто насчитали в Сибири 80 человек пишущих и назвали их сотрудниками... Какая неопытность!.. Дело... в двух, трех постоянных, плодовитых и дельных сотрудниках, которые и должны составить плоть и кровь журнала..." [15, т. 1, 59-60].

зывает нелюбовь к чтению нашего общества, – писал Н. М. Ядринцев в программной статье областничества "Сибирь в 1-е января 1865 года" [22, 1865, № 1]. – Во всей Сибири нет ни одной частной типографии[11], нет даже книжных лавок, как будто умственная жизнь чужда Сибири и ее городские жители более нуждаются в винных погребках, чем в великом изобретении Гуттенберга. В прошлом наши интересы никогда не выражались обществом, да оно и не имело для этого своего литературного органа. Целые столетия сыпались на Сибирь самые жестокие обвинения. Сибирь называли тундрой, неспособной ни к какой культуре, на нее смотрели как на место для каторжников, у нее отнимали всякую надежду на самобытное развитие народных сил, ей пророчили Лапландскую будущность и обрекали ее народ на коснение[12] среди тундр, подобно эскимосам".

Такое положение культуры во всей Сибири зеркально отражалось на техническом оснащении типографии Томского губернского правления того времени. Это заведение было открыто в 1819 г. и до самого начала издания губернских ведомостей имело лишь три печатных станка "старого устройства", которые от "времени дошли почти до полного разрушения". Для набора имелось 10 касс литер, "не подновляемых по мере порчи"[13] [22, 1871, № 11]. На таком оборудовании следовать циркуляру министра МВД было непросто. Но к письму из Петербурга были приложены "Некоторые правила относительно издания губернских ведомостей и ведения типографского дела в типографиях" [7, д. 1108, лл. 2–2об.]. Они и должны были стимулировать производственные процессы и типографии, и ведомостей.

Согласно существующим правилам редактор неофициальной части имел право на процентное вознаграждение от продажи издания, которое не должно было превышать 20 коп. с рубля. 25 % причиталось редактору от сумм, поступающих в кассу типографии за рекламу. Все публикации в официальной части предлагалось сделать неоплачиваемыми. До 10 % от чистой прибыли могло быть потрачено на "усиление содержания начальника газетного стола, его помощника и остального личного состава типографии" [7, д. 1108, л. 3об.].

Эти документы красноречиво говорят, что издатель видел в губернских ведомостях коммерческое предприятие, неофициальная часть которого должна помещать интересные тексты согласно программе издания, способные доносить до читателя содержание официальных и частных объявлений. Именно программа издания, закрепленная в "Учреждениях губернских правлений", формировала тематическую рамку для авторов неофициальной части ведомостей. Автор "Журнального дела", работы, имеющей кликушеские интонации, адресованные журналистике, пытается рассуждать о побуждениях издателя. "Его цель – пожива от издания, которое ведется на подписные деньги; его интересы – увеличение подписки, которое дает барыши, его занятие – спекуляция печатным товаром" [20, 154]. Попробуем разобраться в этом суждении на материале сибирской казенной газеты.

Типография Томского губернского правления в 1864 г. на содержание чиновников и служителей затратила 4600 руб., на приобретение краски, бумаги, материала – 1200 руб., отопление и освещение обошлись в 1800 руб. При этом получено "чистого доходу от типографии... 4289 руб." [7, д. 1108, л. 66об.].

Если проанализировать траты постатейно, то окажется, что типография ежемесячно тратила на содержание редактора неофициальной части 20 руб., наборщика – 12, тередорщика – от 5 до 5 руб. 30 коп. (данные за январь–октябрь 1865 г.) [7, д. 1108, л. 59–61об.]. Оплачивалась также работа трех писцов газетного стола.

Анализ прихода и расхода типографских средств за 1859–1866 гг. показал, что доходы с 5705 руб. в 1859 г., колеблясь, не поднимались выше этой цифры и снизились до 2344 руб. в 1865 г. Если на начальном этапе вышеуказанно-

---

[11] Первая частная типография в Томске была открыта в 1876 г. и принадлежала Торговому дому Михайлова и Макушина, годом позже у этих совладельцев появилась еще и литография. Книжный магазин, первый в Сибири, потомственный почетный гражданин Томска П. И. Макушин открыл лишь в 1872 г., затеяв годом раньше библиотеку для чтения [7, д. 1882, лл. 15–15об.].

[12] Здесь, очевидно, ошибка наборщика "Томских губернских ведомостей", до сих пор тиражируемая исследователями. Скорее не "коснение", а "каслание" – кочевой образ жизни в тундре.

[13] Чтобы понять "меру порчи" достаточно вспомнить "Тобольские губернские ведомости": «буквы "д" вовсе не оказалось, и должность этой буквы приняла на себя ни с того ни с сего буква "о"». – Тобольские губернские ведомости. – 1857. - № 34. – С. 354. – Эта история артикулирована Г. Н. Потаниным так: «В первый год своего существования по недостатку в букве "о" принуждены были вм [есто] нее ставить букву "э", которая была в излишке (или, может быть, наоборот), и предуведомить читателей, что они, где написано "глубэкэ" читали "глубоко" и в эт [ом] роде. Я думаю, редакция немало невольных каламбуров сказала так [им] образом" [15, т. 1, 170].

го периода на укрепление губернского правления из типографских средств было расходовано около 2100 руб. в год, то в 1865 г. эта сумма снизилась до 740 руб. 56 коп. [7, д. 1108, л. 95об.] В ходатайстве на имя губернатора правление просило беспроцентный заем из переселенческого экономического капитала в сумме 3344 руб. 20 коп. сроком на пять лет. Эти деньги предназначались для погашения долгов за бумагу, доставленную купцом Королевым, для приобретения типографских принадлежностей ("дурное состояние и требуют немедленной перемены") [7, д. 1108, л. 68об.] и т. д.

Финансовое положение требовало от губернского правления безотлагательного поиска нестандартного решения проблем типографии. Были разработаны "кондиции, на основании которых Томская губернская типография может быть передана в аренду" [7, д. 1108, лл. 98–103об.]. Гипотетическому арендатору вменялось бесплатное печатание правительственных распоряжений, а также распоряжений как губернатора, так и правления на бумаге губернского правления. Губернские ведомости также должны были печататься на газетной бумаге за счет последнего, но из расчета по два рубля серебром за каждую сотню экземпляров, а также с оплатой бумаги не выше двух рублей за стопу. При этом "кондиции" содержали требование: "Печать должна быть чистая, черная и четкая". В описи имущества типографии значились два чугунных станка, "совершенно годные к употреблению", и два деревянных, которые "приходят уже в ветхость, так как служат более 45 лет" [7, д. 1108, л. 104]. Всего имущества согласно описи значилось на 2000 руб. серебром. Трудно сказать, почему от этой идеи в губернском правлении отказались. Не исключено, что из-за финансовой нестабильности типографского заведения не нашелся арендатор.

Требования из МВД России способствовали тому, что дело стало упорядочиваться. Была утверждена такса для взимания платы за печатание различных бланков. Так, набор полного листа формата писчей бумаги шрифтом цицеро стоил заказчику 1 руб. 80 коп. За печатание одного экземпляра с обеих сторон полагалась 1 коп. В 1865 г. чистый доход типографии вырос. В 1866 г. только объявления в официальной части дали типографии 880 руб., а в неофициальной – 9 руб. Частный и обязательный подписчик заплатил в кассу 1564 руб. 50 коп., продажа отдельных экземпляров издания принесла 262 руб. (при тираже около 500 экз.[14]). Всего поступило в кассу 6978 руб., при этом осталась задолженность за подписчиками "Томских губернских ведомостей" на сумму 1233 руб. и за работу типографии – 705 руб. [7, д. 1108, лл. 135–138об.].

Если сосчитать деньги, поступившие за подписку в 1864 г. (3 руб. х 379 + 5,5 руб. х 55), то получим 1339 руб. 50 коп. Согласно денежным поступлениям в 1866 г. тираж издания несколько вырос. Но, судя по сумме долга за подписку, некоторые присутственные места годами вообще ее не оплачивали или делали это частично. Даже по цене, предлагаемой арендатору, затраты на полиграфическое исполнение при 52 номерах в год составляли 1040 руб., зарплата редактору неофициальной части составляла 240 руб. в год. Оставались содержание помещения (освещение и тепло), транспортировка бумаги. При таком положении дел увеличение тиража давало только одни расходы. Увеличить стоимость подписки не было возможности: она была оговорена законодательно: 3 руб. для присутственных мест. Цена с доставкой для частного лица была равна 5 руб. 50 коп. Надо было искать другой путь содержания издания[15].

В 1868 г. Томское губернское правление обратилось к губернатору с представлением "О взимании денег за припечатание в губернских ведомостях" [7, д. 1108, лл. 199–224об.]. До сих пор цена каждого частного объявления равнялась 3 руб. серебром. Однако всяческая информация о торгах и переторжках помещалась бесплатно, с обязательным возмещением денег за печатание объявления сразу после завершения торгов городским бюджетом. Последний пытался взыскать эти суммы с участников торгов. Это самый простой случай, о котором шла речь в документе. Поскольку податели объявлений зачастую сообщали о бродягах, розысках различных лиц, то они пытались эту информацию поместить безденежно. При таком способе размещения объявлений "типография лишается до трети доходов"[16].

---

[14] В 1864 г. рассылались бесплатно в казенные учреждения 90 экз., за плату в присутственные места (волостным правлениям, сельским церквям и т. д.) – 379 экз., подписчиков было 55. Рассылаемый тираж составлял 524 экземпляра [22, 1965, № 6].

[15] Иркутский исследователь С. И. Гольдфарб аналогичный расчет произвел с "Енисейскими губернскими ведомостями" [5, 96-99], правда, по более сложной методике, рассчитывая отдельно печать тиража на серой, а части – на белой бумаге. Его мнение: годовое издание губернских ведомостей обходится типографии до 1823 руб. 72 коп., а доход от подписки составляет примерно 1574 руб.

[16] От объявлений в "Харьковских губернских ведомостях" в конце XIX в. было получено 27 тыс. руб. [4, 45].

По мнению авторов представления, деньги за "сии объявления взыскиваются с виновных".

П. А. Валуев поставил очередную задачу перед губернскими типографиями: словолитня МВД может решить все проблемы провинциальных предприятий. Уже в 1868 г. было приобретено свыше 30 пуд. различного материала, начиная от шрифтов и гербов, заканчивая квадратами и шпациями. Типография Томского губернского правления готовилась конкурировать на рынке частных услуг.

В 1869 г. отставной коллежский асессор Г. А. Калинин обратился к министру внутренних дел с просьбой: разрешить под его редакторством еженедельное издание под названием "Сибиряк": "после моей беспорочной 20-летней службы по Министерству народного просвещения... имею свидетельство Вятской полиции, где я держал типографию, и таковую же теперь открываю в Томске. Для издания газеты я нарочно переехал на жительство в г. Томск, как в центр Западно-Сибирской жизни и цивилизации, и терпеливо ожидаю своего преднамерения".

Однако Г. Калинин, сообщая, что имеет типографию в Томске, поспешил. В конфиденциальном письме № 165 от 10 августа 1865 г. [18, лл. 28–28об.] из Совета Министров по Делам книгопечатания содержалось разъяснение: "Желающие завести типографию и т. п. заведение на основании ст. 2, 20 и 25 Высочайше утвержденного 6 апреля сего года Государственного Совета о типографиях и т. п. заведениях должны повсеместно, кроме столиц, получать на то дозволение от начальника губернии..." [6, 8]. В письме от 21 октября 1869 года на имя генерал-губернатора Западной Сибири томский гражданский губернатор писал, что заявителю "мною было отказано без объяснения впрочем причин отказа, потому что, руководствуясь конфиденциальным циркуляром... Министра внутренних дел от 10 августа 1865 г. за № 165 на сей случай и соображаясь с средствами полицейского надзора в г. Томске, я признавал и признаю теперь решительно невозможным дать это разрешение, так как полицейский надзор здесь весьма скудный по населению города, населению, состоящему большей частию из элементов, требующих особой бдительности полиции, что известно и Вам, а между тем она по недостаточному составу своему с большим трудом исполняет свою обязанность, сопровождаемую нередко чрез это медленностию в производстве дел ее, требующих по существу скорого исполнения" [6, лл. 5–5об.]. К тому, объяснял гражданский губернатор, открытие частной типографии могло служить к возникновению финансовых затруднений уже в будущем году. Ибо из прибыли, планируемой типографией, почти 4000 руб., по распоряжению МВД, отдавалось на содержание губернского правления. При этом письме находилось представление Томского общего губернского управления № 291 от 12 августа 1868 г.

В нем рассматривалось финансовое положение типографии за последние четыре года. Все это время росли оборот и прибыль: "...оказывается, что в два последние года и 1-ю половину текущего хотя оборот типографии представляет увеличение почти в два раза более противу прежних лет, несмотря на отмену обязательной рассылки губернских ведомостей сельским церковным приходам, земским позициям и дворянским заседателям, лишившую дохода до 1000 руб., тем не менее... типография приобрела возможность без посторонней помощи, о чем ходатайствовалось без удовлетворения, выписать на свой счет новую скоропечатную машину, стоющую с провозом 3236 руб. 34 коп., и словолитню 581 руб. 15 коп., а всего 3817 руб. 40 коп., за что уже уплачены деньги" [6, лл. 6–6об.]. При этом губернское правление подчеркивало, что при частной конкуренции доход "объясненной типографии должен будет сократиться, несмотря на удешевленную, ныне действующую таксу на типографские работы", т. к. частный предприниматель может еще снизить плату за услуги печати "против казенной таксы и понести на первый раз убытки, с целью по ознакомлению удержать на будущее время постоянных заказчиков", особенно при работе в кредит. К тому же, по мнению губернского правления, "в частной типографии, как известно, имеются разные типографские украшения, которых казенною типографиею еще не приобретено". Но самое главное было в другом: "если содержательницей частной типографии будет открыта газета, то губернская типография и в этом случае может лишиться дохода от уменьшения числа частных подписчиков по той вероятной причине, что фельетон газеты, в котором могут быть помещены статьи литературного содержания, вообще разностороннее, более привлечет к подписке на частную газету, нежели на губернские ведомости, в фельетоне, который дозволен законом, помещаются статьи только газетного содержания: исторического или статистического, относящегося преимущественно до здешней губернии". Проанализировав цифры, губернское правление приходит к убеждению, что при существовании частной типографии нельзя будет "приобрести суммы, ассигнованной по распоряжению г. Министра внутренних дел на 1869 г." [6, лл. 7–7об.].

"Томские губернские ведомости" на этапе становления финансировались исключительно за счет денег, заработанных типографией губернс-

кого правления. МВД России, выступая в роли представителя издателя, регулировал ход дел по переоснащению предприятия, стимулировал сбор рекламы и объявлений, контролировал расходы, требуя регулярного отчета своей деятельности, перераспределяя доходы.

Губернское правление забирало частично доходы типографии на содержание своих служащих, заботилось о финансовой составляющей деятельности, ограждало от конкурентов на рынке типографских услуг, но нисколько не интересовалось качественной стороной неофициальной части губернских ведомостей, превратив их в издания одного автора, которым чаще всего и был его редактор. "Стать же в положение самостоятельного серьезного политического органа – это пока недоступно для провинциальных изданий даже в мечтах самых горячих приверженцев провинциальной печати. Наконец, возможность обеспечить свое существование с помощью лишь меньшинства читающего общества – существует только для каких-нибудь трех-четырех крупных центров нашей экономической и умственной жизни, к которым тянутся значительные районы; все же остальные местные органы могут существовать только под условием принятия во внимание симпатий, стремлений и желаний, взглядов и убеждений большинства местного общества" [17, ст. 1091].

За 1878–79 гг. плата за помещаемые в ведомостях объявления достигла 3706 руб. 44 коп. За эти же два года в кассу заведения за типографские и литографические работы поступило 3698 руб. 73 коп. Подписные деньги составили 1923 руб. 78 коп. [7, д. 1916, л. 31об.]. В среднем поступления за издание составили 2815 руб. в год. Т. е. поступлений от подписки за ведомости и объявлений в них стали несколько больше, нежели от деятельности типографии. Однако финансовая ситуация, в которую поставил издатель "Томские губернские ведомости", лишала самостоятельности в расходовании заработанных на подписке и объявлениях денег, что привело тип издания к неконкурентоспособности на рынке газетных услуг по сравнению с появившимися частными изданиями.

Такая же ситуация наблюдалась и в других казенных изданиях Сибири. Все это способствовало упадку неофициальной части ведомостей, а к концу 90-х годов и отмиранию как издания газетного типа на территории всей Восточной России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большая советская энциклопедия. – Изд. 3-е. – М.: Советская энциклопедия, 1973. – Т. 11.

2. Боханов А. А. Буржуазная пресса России и крупный капитал / А. А. Боханов. – М.: Наука, 1984. – 152 с.

3. Головачев П. М. Прошлое и настоящее сибирской печати / П. М. Головачев // Восточное обозрение. – 1903. - № 17.

4. Гольдфарб С. И. Газетное дело в Сибири (XIX – начало XX в.): автореф. дис.... докт. ист. наук / Гольдфарб Станислав Иосифович. – Иркутск, 2003. – 78 с.

5. Гольдфарб С. И. Газетное дело в Сибири (XIX – начало XX в.): дис.... докт. ист. наук / Гольдфарб Станислав Иосифович. – Иркутск, 2003. – 409 с.

6. Государственное учреждение "Государственный архив Омской области". – Ф. 99. – Оп. 6. – Ед. хр. 8729.

7. Государственный архив Томской области (далее – ГАТомО). – Ф. 3. – Оп. 2.

8. ГАТомО. – Ф. 3. – Оп. 4.

9. ГАТомО. – Ф. 99. – Оп. 1.

10. Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России: задачи и теоретико-методологическиее принципы изучения / Б. И. Есин. – М.: МГУ, 2003. –132 с.

11. Катанаев Г. Е. На заре сибирского самосознания: воспоминания генерал-лейтенанта казачьего войска / Г. Е. Катанаев. – Новосибирск, 2005. – 368 с.

12. Комарова Т. С. Из переписки М. Н. и В. Ф. Косюриных с Г. Н. Потаниным / Т. С. Комарова // Тобольский хронограф. – Екатеринбург: Уральский рабочий, 2004. – Вып. 4. – С. 282-308.

13. Коновченко С. В. Информационная политика в России / С. В. Коновченко, А. Г. Киселев. – М.: РАГС, 2004. – 528 с.

14. Летенков Э. В. "Литературная промышленность" России конца XIX – начала XX в. / Э. В. Летенков. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1988. – 176 с.

15. Письма Г. Н. Потанина / сост. А. Г. Грумм-Гржимайло, С. Ф. Коваль, Я. Р. Коваль, Н. Н. Яновский. – Иркутск: Иркутский университет, 1987–1990. – Т. 1. – 1987. – 280 с.; Т. 2. – 1988. – 344 с.; Т. 3. – 1989. – 298 с.; Т. 4. – 1990. – 428 с.

16. Потанин Г. Н. Воспоминания / Г. Н. Потанин // Литературное наследство Сибири. – Новосибирск, 1983. – Т. 6. – 336 с.

17. Провинциальная печать // Неделя. – 1885. - № 31. – 4 авг. – Ст. 1089–1093.

18. Российский государственный исторический архив. – Ф. 776. – Оп. 34. – Ед. хр. 13.

19. Ремнев А. В. Самодержавие и Сибирь: административная политика второй половины XIX – начала XX века / А. В. Ремнев. – Омск, 1997. – 254 с.

20. Соколов Н. В. Журнальное дело / Н. В. Соколов // Экономические вопросы и журнальное дело. – СПб., 1866. – С. 131-168.

21. Тобольские губернские ведомости: сотрудники и авторы: антология тобольской журналистики конца XIX – начала XX в. / сост. Ю. Л. Мандрика. – Тюмень, 2004. – Кн. 1. – 624 с.

22. Томские губернские ведомости. 1857–1917.

23. Шевцов В. В. Становление и развитие "Томских губернских ведомостей" в 1854–1881 гг." / В. В. Шевцов // Актуальные вопросы истории Сибири: пятые научные чтения памяти проф. А. П. Бородкина: 6–7 окт. 2005 г. – Барнаул, 2005. – С. 50-53.

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 23.09.2006.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СЕТЕВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ИНТЕРНЕТЕ

© 2007 Э.В. Могилевская

Компания "Вэбстрой" (Ростов-на-Дону)

Традиционные информационные агентства по своей природе не являются средствами массовой информации. По определению Я. Н. Засурского, "информационные агентства – специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция – снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию". [1]

До появления интернета информагентства не имели возможности предоставить аудитории *непосредственно свой* информационный продукт. Такой продукт представлял собой сообщения, передаваемые по телетайпу, факсимильной связи, электронным сетям, почте и другим средствам связи, в виде ленты оперативной информации, специализированных вестников, тематических пакетов, экспресс-выпусков, еженедельников etc. Однако продукты информагентств, как правило, не идут в эфир или печать в первоначальном виде. Каждое издание, радиостанция, служба телевизионных новостей, адаптирует полученную информацию для своей аудитории. Возникновение интернета трансформировало вещание информационных агентств. Создавая свои интернет-серверы, информационные агентства минуют клиентов-посредников для распространения собственной информации и сами превращаются в полноценные СМИ с набором индивидуальных типологических признаков: аудиторией, внутренней структурой, жанрами, оформлением и т. д. Так изменилась "роль информационных агентств как посредников в цепочке "событие" – "информационное агентство" – "СМИ" – "общество". Ресурсами информационных агентств в XXI веке может воспользоваться практически любой житель земли, располагающий компьютером, модемом, выделенной линией связи или WAP".[2]

Возникновение сетевых информационных агентств, как и появление любого нового вида средств массовой информации, связано с двумя группами факторов – технологическими и социальными. К технологическим относится собственно возможность создания и распространения информации в глобальной сети, относительная простота и малозатратность создания такого информационного продукта для авторов, возможность доступа, неограниченного временными и территориальными рамками для аудитории. С точки зрения технологических возможностей и социального взаимодействия перестали существовать преграды в получении и распространении информации. Технологические возможности создали благоприятную среду для формирования аудитории, заинтересованной в оперативной информации. Она концентрировалась вокруг таких сфер, как политика, экономика, идеология, культура и другие. Эти факторы в свою очередь оказали воздействие на социальные предпосылки возникновения и последующего развития сетевых информационных агентств.

Целью данного исследования явилась систематизация информационных агентств российского сегмента интернет. В августе 2006 г. число зарегистрированных интернет-ресурсов в разделе "СМИ" каталога "Яндекс" составило 4340, из них 304 составили информационные агентства. [5]

Отметим, что не все ресурсы, зарегистрированные в каталоге как информационные агентства, таковыми являются. К примеру, официальный сайт Медиагруппы Южный Регион (г. Ростов-на-Дону) www. yugmedia. ru, (159 место по цитируемости каталога) на самом деле представляет собой информационно-развлекательный ресурс. Хотя одним из основных разделов является новостная информация в форме ленты новостей и бегущей строки. Эти же новости распределены по рубрикам: "Агро", "Бизнес", "Безопасность", "Культура", "Криминал", "Меди-

цина“, “Между прочим“, “Образование”, “Общество“, “Политика и власть”, “Происшествия”, “Спорт“, “Стиль и досуг“, “Техно“, “Транспорт”. Однако наряду с новостями сайт предлагает информацию о программах медиагруппы, данные о сотрудниках, ТВ-программу, форум, галерею, опросы. Сайт www. perm. rfn. ru (181 место) также по версии “Яндекса” относится к информагентствам. Хотя это всего лишь страничка-визитка Пермской Государственной телерадиокомпании.

Чтобы дать представление об информагентствах, представленных в сети Интернет, необходимо составить краткую классификацию по некоторым характерным признакам. В исследованиях отечественных специалистов, классификация сетевых информационных агентств до сих пор не разработана. Пользуясь наиболее распространенными критериями, нам представляется возможность составить классификацию сетевых информационных агентств с использованием различных признаков деления.

I. По форме функционирования:

1. Интернет-представительства традиционных информационных агентств

2. Собственно сетевые информационные агентства

II. По специализации деятельности:

1. Общего профиля (универсальные) – Интерфакс (www. interfax. ru), РИА “Новости” (www. rian. ru), ИТАР-ТАСС. (www. itar-tass. com, www. tass. ru), РБК (www. rbc. ru), Newsru. com (www. newsru. com), Ореанда (www. oreanda. ru).

2. Многопрофильные – Росбалт (www. rosbalt. ru), “МиК” (www. iamik. ru).

3. Специализированные (тематические).

В российском интернете тематика информагентств представлена достаточно широко, однако наиболее распространенными являются следующие специализированные агентства:

– *Агентства деловой информации* – Финмаркет (www. finmarket. ru), AK&M (www. akm. ru), Прайм-ТАСС (www. prime-tass. ru)

– *Агентства политических новостей* – Агентство политических новостей (www. apn. ru)

– *Агентства, освещающие новости спорт*а – Спортком (www. sportcom. ru), Стадион (www. stadium. ru)

III. По распространению и масштабу деятельности:

1. МЕЖДУНАРОДНЫЕ – Росбизнесконсалтинг (www. rbc. ru), Newsru. com (www. newsru. com),

Интерфакс (www. interfax. ru), РИА Новости (www. rian. ru), ИТАР-ТАСС (www. tass. ru).

(Примечание) Существует классификация ЮНЕСКО, которая выделяет четыре **мировых** информационных агентства: в России – это ИТАР-ТАСС (www. itar-tass. com), Reuters (Великобритания, www. reuters. com), Assosiated Press (США, www. ap. com) и France Press (Франция, www. afp. com). К этой четверке приближается китайское агентство Xinhua (Синьхуа) со своим проектом Chinadotcom – www. china. com (на английском – english. china. com).

2. НАЦИОНАЛЬНЫЕ – Regions. ru (www. regions. ru), Новый Регион (www. nr2. ru), Национальная информационная группа (www. news-info. ru), Корреспондент – украинская сеть новостей (www. korrespondent. net), “Хартия”97” – политические новости из Белоруссии (www. charter97. org), Новости-Грузия (www. newsgeorgia. ru)

3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ – Приволжье (www. nta-nn. ru), СеверИнформ (www. severinform. ru), Сибирские новости (www. snews. ru), Восток-Медиа (www. vostokmedia. ru), Башинформ (www. bashinform. ru), Саратовские новости (www. saratoff. ru)

Деление информагентств можно продолжать, используя такие признаки как *характер аудитории, тип собственника, источники финансирования, язык, объем переданной информации, характер распространения информации* (абонентская плата, подписка, свободный доступ), *жанровое разнообразие, авторский состав* и другие.

Рассмотрим сетевой каталог информационно-поисковой системы “Яндекс” на август 2006 года. Полученные данные сведем в таблицу. Как было сказано выше, за данный период в разделе “СМИ” каталога было представлено 304 информационных агентства. Они расположены в рубриках по убыванию тематического индекса цитирования (тИЦ). Данный индекс учитывает количество ссылок на ресурс с других сайтов, придавая этим ссылкам разный “вес” в зависимости от авторитетности ссылающегося сайта. тИЦ появляется у ресурса с момента его возникновения в сети и пересчитывается каждую неделю. [6]

Из 50 лидирующих информагентств сети, 17 являются представительствами традиционных информационных агентств. Остальные 33 сетевые агентства из каталога “Яндекс” были изначально созданы в *он-лайне*.

35 ресурса агентств имеют ***универсальную*** направленность. Зачастую на главной странице можно найти ленту новостей, информацию, представленную по блокам: “Главное”, “Политика”, “Экономика”, “Комментарии”, “Общество”, “Культура”, “Спорт”, “Наука”, “Разное”. Достаточно часто размещены опросы посетителей, форум, информация о погоде, курсы валют.

Три интернет-сайта (компании “Росбалт” (www. rosbalt. ru), “Русская линия” (www. rusk.

Таблица 1. **Ведущие информационные агентства российского сегмента интернет (по версии каталога “Яндекс”)**

Название		Интернет-адрес	Цитируемость	Тип ИА	Специализации деятельности	Распространение и масштаб деятельности
1	“РИА Новости”	www. rian. ru	18 000	Представительство	Универсальное	Международное
2	“Росбизнесконсалтинг”	www. rbc. ru	17000	Представительство	Универсальное	Международное
3	“Newsru. com”	www. newsru. com	13000	Сетевое	Универсальное	Международное
4	“Regnum”	www. regnum. ru	12000	Сетевое	Универсальное	Национальное
5	“Интерфакс”	www. interfax. ru	9700	Представительство	Универсальное	Международное
6	“Regions. ru”	www. regions. ru	9300	Сетевое	Универсальное	Национальное
7	“Страна. Ru”	www. strana. ru	8700	Сетевое	Универсальное	Национальное
8	“Росбалт”	www. rosbalt. ru	7700	Сетевое	Многопрофильное – экономика, политика, культура.	Международное
9	“ИТАР-ТАСС”	www. tass. ru	7200	Представительство	Универсальное	Международное (мировое)
10	“Финмаркет”	www. finmarket. ru	6600	Сетевое	Специализированное – деловое	Национальное
11	“AK&M”	www. akm. ru	6500	Представительство	Специализированное – деловое	Национальное
12	“Корреспондент”	www. korrespondent. net	6100	Представительство	Универсальное	Национальное – Украина
13	“Прайм-ТАСС”	www. prime-tass. ru	5500	Представительство	Специализированное – деловое	Национальное
14	“Новый Регион”	www. nr2. ru	5300	Сетевое	Универсальное	Национальное
15	Национальная информационная группа	www. newsinfo. ru	5000	Сетевое	Универсальное	Национальное
16	“MIG News”	www. mignews. com. ua	4600	Сетевое	Универсальное	Национальное – Украина
17	”MIGnews”	www. mignews. com	4300.	Сетевое	Универсальное	Международное
18	Агентство национальных новостей	www. annews. ru.	4200	Сетевое	Универсальное	Национальное
19	“Приволжье”	www. nta-nn. ru	4200	Сетевое	Универсальное	Региональное – Нижний Новгород и Приволжский Федеральный округ
20	“МФД-инфоцентр”	www. mfd. ru	4000	Представительство	Специализированное – деловое	Международное
21	“Парк. ру”	www. park. ru	3600	Сетевое	Специализированное – СМИ	Национальное
22	“ZDNet. ru”	www. zdnet. ru	3300	Сетевое	Специализированное – компьютеры и Интернет	Международное
23	“Ореанда”	www. oreanda. ru	3100	Сетевое	Универсальное	Национальное
24	“Урал-пресс-информ”	www. uralpress. ru	3000	Сетевое	Универсальное	Региональное – Челябинская область, Уральский регион

ru) и “МиК” (www. iamik. ru)), можно отнести к придерживающимся многопрофильной тематики. Хотя, подчеркнем, что агентства, позиционирующие себя как специализированные, зачастую предоставляют информацию о текущих событиях дня различной тематической направлен-

Таблица 1. (Продолжение).

25	“K2Kapital”	www. k2kapital. com	2800	Сетевое	Специализированное – деловое	Международное
26	“Главред”	www. glavred. info	2700	Сетевое	Универсальное	Национальное – Украина
27	“АБН”	www. abnews. ru	2700	Сетевое	Специализированное – деловое	Международное
28	“СеверИнформ”	www. severinform. ru	2700	Сетевое	Универсальное	Региональное – Северо-западный ФО
29	“МиК”	www. iamik. ru	2600	Представительство	Многопрофильное – маркетинг, консалтинг, политика	Национальное
30	“Украинские новости”	www. ukranews. com	2400	Представительство	Универсальное	Национальное – Украина
31	“Восток-Медиа”	www. vostokmedia. ru	2400	Сетевое	Универсальное	Региональное – Дальний Восток
32	“Русская линия”	www. rusk. ru	2300	Сетевое	Многопрофильное – религия и политика	Национальное
33	“Ура. Ru”	www. ura. ru.	2300	Сетевое	Универсальное	Региональное – Урал
34	Украинский финансовый сервер	www. ufs. com. ua	2200	Представительство	Специализированное – деловое	Национальное – Украина
35	“АПИ”	www. apiural. ru	2200.	Представительство	Универсальное	Региональное – Екатеринбург
36	“Day. az”	www. day. az	2200	Сетевое	Универсальное	Национальное-Азербайждан
37	“Курсор”	www. cursorinfo. co. il	2200	Сетевое	Универсальное	Национальное-Израиль
38	Агентство социальной информации	www. nashi-deti. ru	2200	Представительство	Специализированное – общество	Национальное
39	“УРА-Информ”	www. ura-inform. com	2100	Сетевое	Универсальное	Национальное – Украина
40	“ВолгаИнформ”	www. volgainform. ru	2100	Представительство	Универсальное	Региональное
41	“Дейта”	www. deita. ru	2100	Сетевое	Универсальное	Региональное-Приморье и Дальний Восток
42	“Башинформ”	www. bashinform. ru.	2100	Представительство	Универсальное	Национальное – Башкортостан
43	“ИТАР-ТАСС Урал”	www. itartass. ur. ru	2100	Представительство	Универсальное	Региональное
44	“Americaru. com”	www. americaru. com	2000	Сетевое	Универсальное	Национальное – США
45	“Агентство политических новостей”	www. apn. ru	2000	Сетевое	Специализированное – политика	Национальное
46	“Newsru. co. il”	newsru. co. il	2000	Сетевое	Универсальное	Национальное-Израиль
47	Псковская лента новостей	www. pln-pskov. ru	2000	Сетевое	Универсальное	Региональное
48	”Интерньюс Россия”	www. internews. ru	1900	Представительство	Специализированное – СМИ	Международное
49	”Псковское агентство информации”	www. informpskov. ru	1900	Сетевое	Универсальное	Региональное – Псковская область
50	“Татар-информ”	www. tatarinform. ru	1900	Сетевое	Универсальное	Национальное – Татарстан

ности. Специализация агентств такова: семь агентств экономической направленности, одно – политической, два, освещающие новости СМИ, одно агентство – общественную жизнь и одно сферу компьютеров и Интернет.

Среди информационных агентств СМИ каталог “Яндекс” называет и “Интерньюс Россию”. Однако, на наш взгляд, Интернет-ресурс этой компании нельзя отнести к информагентству. Режим и характер предоставления новостей позволяет отнести страничку www. internews. ru к “информационному источнику о средствах и для средств массовой информации”. [7]

Что касается распространения и масштаба деятельности, то 12 сайтов информационных агентств по характеру информации можно отнести к международным. Шесть из них занимают лидирующие по цитируемости позиции:

– “РИА Новости” – www. rian. ru (Цитируемость: 18 000)

– “Росбизнесконсалтинг”- www. rbc. ru (Цитируемость: 17 000)

– “Newsru. com” – www. newsru. com (Цитируемость: 13 000)

– “Интерфакс” – www. interfax. ru (Цитируемость: 9700)

– “Росбалт”- www. rosbalt. ru (Цитируемость: 7700)

– “ИТАР-ТАСС” – www. tass. ru (Цитируемость: 7200)

Двадцать семь информационных агентств, имеющих свой сетевой ресурс, относятся к национальным. Причем, некоторые из них посвящены новостям Украины, Израиля, США, однако эти сайты являются русскоязычными и предназначены русскоговорящей аудитории. Последние одиннадцать информагентств, специализируются на региональных новостях. Это могут быть сайты, посвященные одному городу (“АПИ” – новости Екатеринбурга www. apiural. ru), так и федеральному округу (“СеверИнформ” – новости в регионах Северо-Западный ФО www. severinform. ru)

Одним из оптимальных критериев типологической характеристики информационных агентств сети интернет является признак *специализации деятельности*. Рассмотрим те агентства, которые, на наш взгляд, обладают наиболее характерным набором типологических признаков.

РИА “НОВОСТИ” [www. rian. ru] – один из наиболее авторитетных источников оперативной информации в России и за рубежом. По предложенной нами классификации ресурс имеет универсальную специализацию, международное распространение и масштаб деятельности. Агентство находится на первом месте в рейтинге СМИ каталога “Яндекс” в разделе “Информационные агентства” с индексом цитируемости 18 000. Ресурс является представительством традиционного информагентства РИА “Новости”. Его история довольно продолжительна и начинается с 24 июня 1941 года, когда было образовано Советское Информационное Бюро. Оно стало основным источником информации для радио, газет и журналов во время войны, в послевоенное время освещало основные направления внутренней и внешней политики Советского Союза. В 1961 году на базе Совинформбюро было создано Агентство Печати “Новости” (АПН), которое стало ведущим информационным и публицистическим органом советских общественных организаций. 27 июля 1990 года в соответствии с Указом Президента СССР М. С. Горбачева “О создании информационного агентства “Новости” на базе АПН было создано Информационное Агентство “Новости” (ИАН). Задачи ИАН практически остались прежними – подготовка и распространение в СССР и за рубежом печатных, теле- и радиоматериалов; изучение общественного мнения в стране и за рубежом по вопросам внешней и внутренней политики СССР”. [8]

В сентябре 1991 года на базе ИАН и Российского информационного агентства было создано Российское Информационное Агентство “Новости”. С 1993 года РИА “Новости” является государственным информационно-аналитическим агентством. В мае 1998 года на основании Указа Президента РФ “О совершенствовании работы государственных электронных средств массовой информации” создан информационный холдинг ВГТРК, в состав которого вошло РИА “Новости”.

Бесплатный доступ к ленте информационного агентства на сайте РИА “Новости” был открыт 1 января 2001 года. Агентство решило предоставлять бесплатно в Интернете часть своих ресурсов: горячую линию, новости российской экономики, ленту “Москва” (городские новости) и хронику происшествий. В настоящее время новостные материалы открытого доступа представлены в следующих разделах: “В мире”, “Экономика”, “Общество”, “Оборона и безопасность”, “Стихии”, “Происшествия”, “Наука”, “Технологии”, “Культура”, “Спорт”, “Калейдоскоп”, “Обобщения”, Справки”, “День в истории”, “Официальная Россия”. Вся информация поступает от собственных корреспондентов в России и за рубежом и обновляется круглосуточно.

Кроме оперативной информации агентство предлагает в открытом доступе аналитические статьи, комментарии, интервью, репортажи (“Аналитика и комментарии”, “От автора”, “Хорошо забытое”, “Русский характер”, “Сюжеты”, “Online конференции”, “Опросы”, “Актуальные темы”, “Интервью”, “Репортаж”). На сайте помещен архив публикаций и документов, фотоархив и фотоленты.

За август агентство передало в открытом доступе 5542 материала. Максимальное количество сообщений за сутки было подготовлено 22 августа – 249 материалов, минимальное – 5 августа – 93. Среднее количество новостей по всем темам в сутки за август – 178.

Однако это лишь малая часть материалов подготовленных агентством. Как сообщается на сайте **РИА “Новости”,** агентство “публикует лишь небольшую часть новостей, выпущенных, с задержкой по времени”. [9]

Подписчикам **РИА “Новости”** предлагает новостные ленты, как на русском, так и на ос-

новных мировых языках. Практически все пакеты выходят круглосуточно, в режиме реального времени. Ежедневно в закрытом доступе агентство выпускает более 1500 сообщений.

Русскоязычные новостные ленты.

"Горячая линия" – основной новостной продукт РИА Новости, освещающий важнейшие политические, экономические и общественные события в России и за рубежом. Лента содержит 500 сообщений в сутки, обновляется круглосуточно, в режиме реального времени. "Москва" – 50 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени.

"Новости российской экономики" –120 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени."Хроника происшествий" – 200 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени.

"Новости стран СНГ и Балтии" – 150 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени.

"Новости спорта" – 50 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени "Светская хроника" – 30 сообщений в сутки, 2 раза в неделю.

Региональные ленты "Центр", "Северо-Запад", "Приволжье", "Урал", "Сибирь", "Дальний Восток", "Юг" – 40 сообщений в сутки (по каждому региону), круглосуточно, в режиме реального времени.

"Анонс" и "Москва – Анонс" – ежедневно.

Новостные ленты на иностранных языках:

РИА Новости выпускает информацию об основных общественно-политических, экономических и социальных событиях в России и за рубежом на основных мировых языках: английский, немецкий, французский, португальский, испанский, сербский, арабский, фарси.

"Горячая линия" – 100 сообщений в сутки. На английском языке выходит ежедневно, в режиме реального времени; на французском, немецком, испанском, португальском, арабском – по рабочим дням, в режиме реального времени.

"Новости российской экономики" – на английском и французском языке 30 сообщений в сутки, ежедневно, в режиме реального времени.

"Аналитика и комментарии" – на английском, французском, немецком, испанском, арабском 7 материалов в сутки по рабочим дням.

"Арабский дайджест" – полный дайджест Российской прессы на арабском языке, отражающий взгляд средств массовой информации на события, связанные с арабско-исламским миром. В обзор включены статьи более 20 авторитетных газет и журналов. Выходит ежедневно с 08.00 – 09.00 по московскому времени.

Отметим, что помимо русской версии ресурса www. rian. ru, существуют еще 10 версий на основных иностранных языках: http://en. rian. ru, http://de. rian. ru, http://fr. rian. ru, http://rusnews. cn и другие.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО РОСБАЛТ [www. rosbalt. ru] – является одним из крупнейших информационных ресурсов Северо-Запада России. По упомянутой выше классификации, Росбалт является многопрофильным сетевым агентством международного распространения и масштаба деятельности. Агентство входит в первую десятку рейтинга СМИ каталога "Яндекс" в разделе "Информационные агентства", по цитируемости находится на восьмом месте с и ТЦ 7700.

Агентство "Росбалт" было создано в ноябре 2000 года. Интернет-ресурс ИА "Росбалт" www. rosbalt. ru открылся 29 января 2001 года. Изначально ко всем информационным ресурсам агентства читатели получили открытый доступ. Платная подписка на продукты агентства не предусмотрена.

Аудиторией ИА "Росбалт" являются жители Москвы (40 % пользователей), Санкт-Петербурга (20 % пользователей), Подмосковья и Ленобласти, Нижнего Новгорода, Самары, Калининграда, Тольятти, Екатеринбурга, Новосибирска, Уфы, Архангельска, Казани, Иркутска, Перми, Мурманска, Волгограда, Краснодара и многих др. российских городов, стран СНГ, Прибалтики, США, Канады, Германии, Израиля и других стран.

Основными тематическими направлениями являются экономика, политика и культура: международное политическое и экономическое сотрудничество, становление властных структур и государственного строительства в России, развитие демократии, взаимоотношения центра и регионов.

Материалы располагаются по основным разделам "Сюжеты", "Новости", "Интервью", "Аналитика", "Вне формата". Также ресурс предлагает обзоры прессы, рецензии, документы, обращения, анонсы, деловые новости, новости двух столиц: Москва, Санкт-Петербург, ленту новостей. Лента обновляется в режиме реального времени. Ежедневно агентство выпускает более 100 сообщений от собственных корреспондентов. Как сообщает ресурс ИА "Росбалт", "за пять лет служба новостей создала 15 тысяч оригинальных новостей, 3500 интервью, 6300 аналитических текстов". [10]

Далее рассмотрим специализированное (тематическое) агентство. Тип агентств, предоставляющих только новости спорта, не вошел в таблицу 50-ти лидеров по цитируемости каталога "Яндекс". Однако на наш взгляд природа дан-

ной информации представляется интересной для рассмотрения.

ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО "СПОРТКОМ" [http://sportcom. ru] является сетевым специализированным агентством, освещающим спортивные события России и мира. Агентство входит в первую сотню рейтинга СМИ каталога "Яндекс" в разделе "Информационные агентства", цитируемость по каталогу 1300.

"Спортком" начало свою деятельность весной 2005 года с освещения подготовки к 7-м Всемирным Играм Дуйсбург-2005 в Германии. Девиз агентства: "Мы действительно пишем про весь спорт!". "Спортком" располагает штатом сотрудников из двух редакторов ленты новостей, трех специальных и девяти собственных корреспондентов по 10 видам спорта – бокс, карате, гандбол, бадминтон, хоккей, кикбокисг, акватлон, подводное регби, боулинг, бридж.

На сервере агентства размещаются основные разделы: "Главное", "Спорт", "В России", "В мире", "Онлайн", "Календарь", "ТВ".

Главная страница, которая и является разделом "Главное" содержит ленту новостей, подраздел "Топ новости", "Интервью", "Главную тему" (основное спортивное событие), материалы "В других СМИ" (новости спорта аналогичных изданий), а также интерактивный опрос посетителей – "Вопрос недели".

Остановимся подробнее на особенностях передаваемой информации. "Спортком" готовит новости 190 видов спорта, которые объединены в группы – летние олимпийские виды спорта (ASOIF), зимние олимпийские виды спорта (AWOIF), признанные Международным Олимпийским комитетом виды спорта (ARISF), развивающиеся виды спорта (дисциплины), признанные GAISF, а также прочие состязания. Все материалы размещены в открытом доступе. Платная подписка на материалы не предусмотрена.

Информация агентства обновляется ежедневно в режиме реального времени. В выходных данных проставляются дата, часы, минуты, заголовок, имя автора. (К примеру, Станислав Федоров, ИА "Спортком"). Все материалы ленты новостей готовятся корреспондентами агентства. Лента "Спортком" транслируется крупнейшими российскими интернет – ресурсами: Яндекс, Рамблер, Mail. ru.

В день агентство выпускает около 30 материалов по 10 – 20 видам спорта. К примеру, 26 августа 2006 года, материалы освещали 15 видов спорта, таких как: Аквабайк, Баскетбол, Водное поло, Волейбол, Керлинг, Компьютерный спорт, Легкая атлетика, Маунтинбайк, Мини-гольф, Пейнтбол, Сноуборд, Стрелковый спорт, Фигурное катание, Футбол, Хоккей. Кроме классификации по видам спорта новости группируются также, по региону РФ и стране мира, соответственно материалы находятся в разделах "Спорт", "В России", "В мире". На сайте агентства предусмотрена оптимизированная поисковая система, архив материалов и календарь спортивных соревнований.

Ресурс ИА "Спортком" также предоставляет возможность следить за соревнованиями в режиме on-line трансляции, размещает ежедневную телепрограмму семи телевизионных эфирных и спутниковых спортивных каналов: Спорт, 7 ТВ, Eurosport, НТВ-ПЛЮС-Спорт, НТВ-ПЛЮС-Футбол, НТВ-ПЛЮС-Спорт-Онлайн, Extreme Sports. Помимо текущей информации интернет-ресурс sportcom. ru содержит базу данных всего спорта: историю, правила, календари, федерации, клубы, спортивные школы, международные и российские организации.

"РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ" стал первым из российских традиционных информационных агентств, создавших собственный интернет-сервер Интернет-адрес www. rbc. ru появился в мае 1995 года, ровно через 3 года после возникновения самого информационного агентства "РБК". Как сообщается на сайте агентства, перед сервером РБК создатели ставили конкретные задачи: "во-первых, решение вопроса оперативности подачи информации, во-вторых, снижение издержек производства и доставки". [11]

Отметим, что успех серверу **www. rbc. ru** принес августовский кризис 1998 года, который спровоцировал ажиотажный спрос на оперативную финансово-политическую информацию в интернете. Сервер РБК первым из агентств предоставил часть новостной информации в открытом доступе, что заметно сказалась на посещаемости сайта. 17 августа 1998 года на сервер РБК пришло более 100 тысяч человек (что на то время составляло значительную долю российского интернета). Агентство несколько раз в оперативном порядке расширял интернет каналы. За 10 дней канал РБК в интернет увеличился с 512 Кбит/с до 2,2 Мбит/с, а 21 сентября – до 3,2 Мбит/с. (Следующий всплеск посещаемости РБК произошел в марте 1999-го в связи с повышенным интересом к событиям в Югославии – канал снова был расширен, на этот раз до 5,5 Мбит/с.) 1 октября 1998 года РБК установил своеобразный рекорд посещаемости в российском интернете – количество заходов на сервер превысило 3 миллиона.

Надо подчеркнуть, что на сегодняшний день общее количество показов ресурса в сутки составляет 3 600 000. Из них хитов на главную страницу -1,8 миллиона, на новостные страницы – 1 миллион, на аналитическую газету Daily-

180 тысяч и на Quote / Rating – 20 тысяч. По данным последних исследований, проведенных MASMI Research, в ноябре-декабре 2005 года, основой аудитории сетевого информационного агентства РБК являются россияне. В основном, это жители Москвы-62 % (Санк-Петербург- 8 %, другие города – 30 %.) 60 % аудитории старше 25 лет. Большую часть аудитории (82 %) составляют мужчины. РБК имеет самую большую бизнес-аудиторию среди российских СМИ (более 2 миллионов человек). Аудитория всех ресурсов РБК превышает 4 миллиона человек.

Изначально сервер РБК специализировался только на финансовой информации, и мог быть отнесен к специализированным информагентствам. Однако впоследствии тематика материалов заметно расширилась. По нашей классификации "РосБизнесКонсалтинг" имеет универсальную специализацию, международное распространение и масштаб деятельности. Агентство находится на втором месте рейтинга СМИ каталога "Яндекс" раздела "Информационные агентства" с цитируемостью 17 000.

Всю информацию РИА "РосБизнесКонсалтинг" получает непосредственно из первоисточников, деятельность которых отслеживается в режиме онлайн. Среди первоисточников – государственные органы, лидирующие российские и международные финансовые институты, биржи, банки, крупнейшие российские и зарубежные корпорации. РБК располагает обширной корреспондентской сетью. Материалы на сервере "РосБизнесКонсалтинг" обновляются круглосуточно.

На сегодняшний день материалы агентства представлены как в свободном доступе, так и в расширенном варианте для подписчиков.

Вся информация, открытая для свободного доступа, разделена на две группы: "Новости на РБК" и "Финансы на РБК". Первая группа включает разделы "Общество", "Политика", "Экономика" (раздел рассчитан на широкую аудиторию), "Происшествия", "Этот безумный мир", "Потребительский рынок", "Рынки" (здесь и далее разделы являются отдельными проектами [http://www. quote. ru]), "Спорт" [http://sport. rbc. ru], "Технологии" -[http://www. cnews. ru], "Новости турбизнеса" [http://www. turist. ru], "Авто" [http://www. autonews. ru] Материалы данных разделов представлены как в ленте новостей, так и на отдельной странице "Главные новости дня" [http://top. rbc. ru]. Также в бесплатном доступе находится отдельный ресурс РБК-Украина [http://www. rbc. ua] и страницы РБК-Москва и РБК-Санкт-Петербург.

Лента новостей в открытом доступе представляет собой краткий выпуск новостей РБК, включающий ежедневно около 80 материалов. К примеру, 11 августа в открытом доступе находились 74 материала, из 298 подготовленных всего за сутки. Расширенный закрытый список содержит до 400 материалов в сутки. Помимо краткого выпуска новостей в форме ленты представлены материалы "RBC daily" – ежедневной деловой аналитической интернет-газеты, специализируещейся на анализе ситуации в различных отраслях российской экономики и ведущих компаниях страны.

Остальной массив информации "Финансы на РБК" включает ленты новостей экономики и финансов, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, тематические статьи, данные по всем сегментам финансового рынка, трансляция торгов ведущих российских биржевых площадок и т. д. Информация группируется по разделам "Валюты, кредиты", "Фондовый рынок", "Аналитика[* No filter found for the requested operation. | In-line.PNG *]", "Инструменты", "Мировые финансы", "Товарные рынки", "Продажа бизнеса", "Недвижимость".

Большую часть выпускаемых продуктов агентство предлагает в закрытом доступе своим подписчикам. Это новости online, материалы по биржевым котировкам online, межбанковским кредитам, RBC Bonds (облигации), валютно-кредитный рынок, ценные бумаги, мировые финансовые, фондовые и товарные рынки, аналитические продукты (комментарии и базы данных). Ресурс информационного агентства РБК представлен как в русской, так и в английской версии – http://www. rbcnews. com. Также существует версия WAP для мобильных телефонов и упрощенная PDA-версия.

Итак, в процессе перехода к сетевым формам и трансформации традиционных агентств в собственно СМИ, информационные агентства в интернете стали не только успешно конкурировать, но и подчас выигрывать у традиционных средств массовой информации по некоторым параметрам. Эти параметры определяются самой природой сетевых информационных агентств – к примеру, оперативность подачи сообщений, тематическое разнообразие, возможности расширения материала за счет гиперссылок, отсутствие территориальных преград для получения информации и другие. Детальный анализ подобных характеристик не входил в задачи данной работы. Этот обзор также не может являться полным, так как в него не включен подробный анализ таких авторитетных агентств как "Интерфакс", "ИТАР-ТАСС" и других. Кроме того, агентства были классифицированы лишь по некоторым типологическим признакам. Данные проблемы войдут в дальнейшие исследования автора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Система средств массовой информации России. Под. ред. Засурского Я. Н. М., 2001. // [http://media. utmn. ru]

2. Саляхова Н. В. Роль и место агентства "Франс-Пресс" в мировых информационных процессах. Автореферат .... канд. филол. наук. М., 2005.

3. История интернета в России //[http://www. nethistory. ru] (17.08.1998)

4. Агентство Культурной Информации [http://www. aki-ros. ru]

5. Яндекс. Каталог [http://yaca. yandex. ru]

6. Подробнее об индексе цитирования [http://help. yandex. ru]

7. Интерньюс Россия [http://www. internews. ru]

8. Российское агентство международной информации "РИА Новости" [http://www. rian. ru/]

9. Там же.

10. ИА "Росбалт": общие сведения, история агентства [http://www. rosbalt. ru]

11. О компании РБК //[http://www. rbcinfosystems. ru]

Рецензент – А.И. Акопов.

Статья принята к печати 10.10.2006.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КЫРГЫЗСТАНА КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВА

© 2007 М.М. Мырзагулов

Санкт-Петербургский государственный университет

Телевидение – важное средство идейно-политического, нравственного и эстетического воспитания людей. Как свидетельствует история, на экспериментальном этапе развития основной чертой телевидения являлась относительная идеологическая автономность по сравнению с радио и прессой. Вследствие своего немассового, островного на первом этапе характера телевидение не было включено в четко налаженную систему пропаганды и не испытывало соответствующего идеологического прессинга [1,17]. Вначале задуманное и воспринимавшееся как техническая новинка, способное вещать на расстоянии, телевидение активно сотрудничало со зрелищными видами искусства и поступательно развивалось во всех направлениях. Эволюция телевидения включила его в число средств управления государством и воздействия на массовое сознание[1], обеспечила ему увеличение количества зрительской аудитории.

Если на заре своего возникновения журналистика служила преимущественно информационно-познавательным целям, то по мере расширения аудитории она приобретает ярко выраженный пропагандистский характер и формирование общественного мнения становится главным ее назначением. В задачу советского телевидения входило повышение его роли в идеологической работе; централизация вещания в масштабах страны; координация деятельности центральных и местных телесубъектов; улучшение подготовки кадров для телевидения и осуществление единой технической политики в области телевидения"[3,10]. Но все же в эпоху СССР одной из первых задач телевидения являлась задача идеологически-пропагандистская: телевидение выступало как "действенный инструмент идеологической партии и важнейший инструмент социалистической демократии"[2,108].

Централизация советского телевизионного пространства и четкое вертикальное управление надолго определили подчиненную роль региональных телестудий, куда относилось и киргизское телевидение. Такая структура прекратила свое существование после ликвидации Гостелерадио СССР, занимавшегося управлением и организацией вещания в центре и на местах. Но технология централизованного и вертикального управления сферой медиа на территории Киргизии продолжала использоваться и после прекращения советской государственности. Эволюция телевидения свидетельствует, что за небольшой срок своей деятельности оно смогло превратиться в могучий фактор, влияющий на все сферы социально-экономической и общественно-политической жизни. Кроме того, эстетическая и социально-психологическая природа аудиовизуальной информации в соединении с суперсовременной технологией ее распространения выдвигают телевидение в ряд наиболее изощренных, всепроникающих каналов политической пропаганды, обладающих эффектом, в ряде случаев недоступных традиционным средствам массовой информации и наглядной агитации [4,137].

Со времени краха однопартийной системы и тоталитарной идеологии могучего государства (СССР) прошел не один год. Конец советской государственности внес в политическую систему экс-союзных республик процедуру демократических выборов. Выход из строя системы СССР обеспечил средствам массовой информации постсоветского пространства возможность влияния на избирательный процесс, когда от них могло зависеть, кто будет править страной. Использование

[1] Осознав силу и возможности телевидения в деле планомерной, целенаправленной, систематической и масштабно-идеологической обработки сознания населения, Президиум Верховного Совета СССР своим Указом от 12 июля 1970 г. преобразовал Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР в союзно-республиканский Государственный комитет по телевидению и радиовещанию.

руководителями стран СМИ в политической карьере постепенно представляется инструментом необходимым. Например, в Кыргызстане А. Акаев активно использовал киргизские СМИ в своей политической карьере, без помощи которых не смог бы исполнять функции президентства почти 15 лет (1991–2005 гг.). В России Б. Ельцин активно использовал медиа в противовес партийным и советским институтам. При мощной поддержке массмедиа он в 1993 г. выиграл референдум о доверии президенту.

С приходом новых правителей государства средства массовой информации переживают процесс трансформации, изменяя свои политические позиции. Например, в 90-е годы в российском медиапространстве это ярко проявлялось в реорганизации телеканалов ТВ6 и НТВ, а на электронном рынке Кыргызской Республики – в реорганизации негосударственных телерадиокомпаний: ТРК ВОССТ (Восточная страна), ТК Независимое Бишкекское Телевидение – ТВ6, ТРК КООРТ (Кыргызское общественно-образовательное радио телевидение), ТРК НТС (Независимая Телевизионная Сеть), ТРК "Пирамида". Последние три электронных СМИ претерпели этап модификации во время президентства К. Бакиева, а два телесубъекта – в период правления А. Акаева.

В современной общественно-политической жизни роль телевидения возрастает. Активно участвуя в демократических выборах (начиная с 1990-х годов), СМИ становятся средой политической коммуникации. Информационные и аналитические программы телевидения становятся ареной политических баталий. В результате СМИ и политика переплетаются, формируя медиа-политическую систему. Совместное существование в советскую эпоху выявило схожие тенденции происходящих политических процессов в постсоветских странах. В отсутствии устойчивых политических институтов в 1990-е годы политизированные медиахолдинги обеспечивали информационную поддержку и связь с электоратом, мобилизацию ресурсов и лоббирование тех или иных решений, тем самым способствуя формированию медиа-политической системы [5,30]

В структуре государственного устройства телевидение функционирует как неотъемлемый институт общества, представляя приверженность к властному институту (медиа-политической системе), координирует разноплановые процессы, проходящие в дифференцированном обществе. В медиа-политической системе телевидению отведена мобилизационная функция: для выполнения поставленной задачи оно использует свои символические средства убеждения людей. Ведь не секрет, что представителям власти внедрять политическую концепцию и платформы для неподготовленной аудитории очень сложно. Поэтому в демократических процессах власть имущими максимально используется так называемый административный ресурс и возможности представителей четвертой ветви власти – СМИ. При правлении А. Акаева практически все передовые телеканалы Кыргызстана были подконтрольны официальной власти и всегда сопровождали президента в рабочих поездках по стране и за рубежом, тем самым обеспечивая систематичную и положительную оценку деятельности и проводимой политике главы государства, а также исключая наличие оппозиционных СМИ. Продолжительность такой ситуации создавала в медиапространстве страны псевдособытия, где затмевались истинные социальные проблемы общества и критические мысли. Например, в бытность А. Акаева международными СМИ был продемонстрирован шокирующий фрагмент о больных и голодающих детях-инвалидах одного из интернатов в городе Кара Балта, тогда как республиканские электронные СМИ не позволяли себе показ подобной проблемы. После показа весь мир узнал о том, как решаются социальные вопросы в республике.

Обусловленность тенденции того, что общественно-политические изменения в том или ином государственно-территориальном субъекте прямым образом касаются эволюции СМИ, наблюдалось практически во всех странах постсоветского пространства. Особенно в тех, где происходила смена власти в результате "цветных революций" (Грузия, Украина, Кыргызстан) в начале нового тысячелетия. Так, например, геополитическая модификация подвергла изменению информационную систему Кыргызстана, структуру которой составляет несколько групп. Первая группа – подконтрольные государству или политизированному капиталу республиканские электронные (и печатные) СМИ. Политизированные капиталы или политизированные инвестиции на постсоветском медиапространстве активизировались в 90-е годы XX в., чему немало способствовали выборы 1999–2000 гг. и неразвитость кредитного рынка [5,107]. К ним можно отнести национальный канал киргизского телевидения – НТРК (Национальная Телерадиовещательная Корпорация) со своими филиалами, имеющий возможность покрывать эфиром большую часть территории страны.

Вторая группа – столичные телерадиокомпании негосударственной формы собственности или коммерческие электронные СМИ, имеющие выход в регионы, но не являющиеся общереспубликанскими из-за несостоятельности полного охвата аудитории. Такие телесубъекты

популярны во время политических кампаний, коими являются выборы в парламент или главы государства.

Третью группу составляют областные или региональные электронные СМИ Кыргызстана, представляющие собой коммерческие (негосударственные) и подчиненные к местным администрациям каналы. У киргизского политизированного капитала провинциальные медиа не вызывают особого интереса, что обусловлено тяжелой экономической ситуацией в регионах. В результате в областях отсутствуют крупные региональные медиакомпании. А рыночный сегмент региональных СМИ Кыргызстана на общереспубликанском медиапространстве мало заметен.

Четвертую группу киргизской информационной системы может составить глобальная коммуникационная среда – Интернет. Благодаря своим возможностям Интернет для медиа-политической системы представляет огромный выбор коммуникационных каналов: например, та или иная информация в Интернет-изданиях, заинтересовавшая публику, может несколько раз тиражироваться коммерческими или политизированными медиа. Постепенное развитие сети Интернет, обосновавшейся в Кыргызстане в 90-х годах XX в., наблюдается с начала нового тысячелетия, где заметны электронные адреса Интернет-изданий с информационно-аналитическими материалами киргизских журналистов. Например, с мая 2006 г. в Кыргызстане появилась блог-гинг-журналистика. Веблог или блог (от англ. weblog – сетевой журнал, дневник). Интернет-источник, где можно найти не только информацию, не подверженную цензуре, но и специфический анализ и субъективный комментарий журналиста к общественно-политическим событиям республики. Содержание киргизского веблога представляет одну из форм авторского проекта, где чаще присутствует его собственное мнение, его эмоции и взгляды на происходящее. В Кыргызстане функционирует блог о Центральной Азии – ru. kyrgyzstan. neweurasia. net, блог о Кыргызской Республике – http://kyrgyzstan. neweurasia. net.

В информационную систему Кыргызстана входят также иностранные электронные СМИ; наиболее заметные – радио “Азаттык” (“Свобода”), киргизская служба БиБиСи, радио “Немецкая волна” (“Deutsche Weele”). Как и в России, они на территории Кыргызстана способствовали внедрению фактологического подхода в журналистике и служили проводником глобальной медиакультуры.

История XX в. свидетельствует, что в этот временной отрезок появились новые черты в характере политического процесса. В гражданском обществе формируются сети политических институтов и отношений, которые затем становятся политическими элементами общества: партии, общественные организации, группы давления и др. Но основным стержнем и ядром института политической системы общества было государство: организация общества, необходимая как условие, предпосылка решения общих дел. СМИ в государстве выступает как элемент политической системы, способствующий управлению и регулированию общественно-политической жизни страны. Имея способность влияния на общественное мнение, средства массовой информации стимулируют его активность по общественно значимым вопросам политического развития. Кроме того, СМИ в состоянии спровоцировать массовый протест, политический скандал, кризис в отношениях власти и общества, но также и предотвратить развитие конфликта, сделав, например, определенную информацию доступной для общества. С такими отличительными свойствами советские СМИ в эпоху СССР функционировали в качестве элемента структуры управления обществом, они больше зависели от власти и идеологии партии, чем от общества. Государственные органы через СМИ в целом и через телевидение в частности, влияли на общественное мнение, направляя его в нужном направлении. Таким образом, СМИ представляли собой элемент, встроенный в госструктуру; мощный инструмент целенаправленного конструирования политического порядка; средство выстраивания необходимых власти связей и отношений с общественностью.

Структура киргизской медиа-политической системы состоит из общенациональных групп СМИ и областных информационных систем. В Кыргызстане в последнее десятилетие XX в. существовало три влиятельных медиа, обладавших способностью проводить самостоятельную информационную политику. Это государственный канал Национальная Телерадиовещательная Корпорация; массмедиа, контролировавшиеся представителями семьи экс-президента А. Акаева (ТРК КООРТ, газета “Вечерний Бишкек”, ТК НБТ), а также СМИ предпринимателя А. Бийназарова и его соратников (Телерадиокомпания “Пирамида”, газета “Пирамида плюс”). Политизация этих медиа проявлялась в соответствии с тем, как поддерживавшиеся ими силы позиционировали себя в политическом поле, какие интересы они преследовали. Соответственно менялась и информационная политика подконтрольных им СМИ. Данный факт дает возможность констатировать, что в Кыргызстане наблюдается феномен “медиатизации политики”, или влияния СМИ на политические процессы, начало

которого приходится на 90-е годы прошлого века. В этот период телевидение, составляющее основную часть медиасистемы, выступает организатором подготовки массовой аудитории для внедрения и поддержания дискуссии о концепциях и политических платформах политиков. Кроме того, оно используется в урегулировании межнациональных конфликтов и других внутригосударственных общественных противоречий в условиях политической борьбы.

Появление и развитие глобальной информационно-коммуникационной системы – Интернета – постепенно втягивает киргизские медиа в формирующееся единое мировое виртуальное пространство, объединяя граждан не одного общества и страны. В этих условиях телевидение в целом, которое представляет одну из традиционных медиа, стараясь адаптироваться, трансформирует структуру и систему функционирования, не утрачивая при этом своего места и значения в быстро меняющемся мире [6,10]. Особенно это заметно в эволюции телевидения постсоветских стран, а именно телевещании Кыргызстана, которое, как и союзные республики СССР, начинало существование с эпохи советской системы телевидения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агапитова С. Ю. Информационное телевещание на ТВ: Эволюция и современное состояние (на материале телевидения Ленинграда – Санкт-Петербурга)/ С. Ю. Агапитова . – СПб., 2003. – 172 с.

2. Актуальные вопросы идеологической массово-политической работы партии: Пост. Пленума ЦК КПСС. 14-15 июня 1983г. // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. – С. 108.

3. Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим / В. В. Егоров. – М.: Воскресенье, 1999. – 416 с.

4. Дугин Е. Я. Информационно-публицистические передачи телевидения и пути повышения их эффективности / Е. Я. Дугин . – М.: МГУ, 1986. – 209 с.

5. Засурский И. И. Реконструкция России: Масс-медиа и политика в 90-е годы / И. И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 288 с.

6. Засурский Я. Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. -№ 1.

Рецензент – Г. Н. Беспамятнова.
Статья принята к печати 12.12.2006.

ПРИНЦИП ТОЛЕРАНТНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ)

© 2007 Т.В. Новикова

Московский государственный университет

К сожалению, большинство специалистов, искренне озабоченных идеей внедрения толерантности в жизненную практику, рассматривают общественное мнение как прямолинейную реакцию населения на материалы в СМИ. Отсюда убежденность в том, что если СМИ будут правильно писать о проблемах толерантности, то общественное мнение будет таким, каким оно инициируется автором соответствующей публикации. Думается, что проблема гораздо серьезнее и своими корнями уходит глубоко в историческую почву, определяя болевые точки общества и составляющих его индивидов. Общественное мнение есть отклик масс на эти болевые раздражители.

Иными словами, толерантность следует рассматривать не только как тематику "повестки дня" и не только как социокультурный феномен, актуализируемый современностью, но и как один из базовых принципов журналисткой деятельности.

Принципы журналисткой деятельности относятся к той области правил и норм, которая определяет ее общий характер. Они строятся на базе знания общих законов данной сферы социальной практики, составляющих ее концептуальную базу. Образно принцип можно представить как единство "ядра" – знания и "оболочки" – метода (греч. methodos "путь исследования")[1].

Принцип в журналистской деятельности играет роль инструмента, используемого в практиках конструирования социальной реальности и, прежде всего, в информацинно-коммуникативных практиках. Вот почему необходимо рассматривать толерантность в качестве принципа, входящего в систему принципов журналистской деятельности.

Таким образом, принцип толерантности журналиста можно сформулировать так: журналист в своей деятельности должен проявлять **терпимое отношение к многообразию моделей социального поведения и развития субъектов общества.** А также он должен быть устойчив к воздействию стрессового фактора, отказаться от профессионального догматизма и нравственной неразборчивости, обладать способностью разрешать деструктивные конфликты в сфере профессиональной деятельности через понимание и восприятие другой точки зрения.

Толерантность журналистики, следовательно, – гарант сохранения как самой общественно-политической и экономической сферы общества, так и субъекта внутри нее.

Вопросы о критериях толерантной и интолерантной информации – одни из принципиальных, порой спорных и не совсем пока понятных как исследователям, так и законодателям, но особенно – пишущим журналистам. Ответы на многочисленные вопросы не в силах в настоящее время дать ни этнопсихологи, ни специалисты других научных направлений. Очевидно, что в данной работе невозможно рассмотреть все аспекты диагностики толерантности в СМИ, но попытаться сделать еще один шаг на пути к их изучению вполне реально.

Без сомнения, самая важная часть диагностики толерантности в СМИ – это подробный анализ информации, которую данный канал распространяет. В научной литературе подробно описаны методы анализа текстовых материалов, используемых в журналистской практике. Тем не менее, даже при значительном числе различных подходов, существует масса трудностей для однозначной оценки информации в прессе. Но поиски продолжаются.

---

[1] См.: Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. Пособие / Е. П. Прохоров. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2000. – 308 с. – (Практическая журналистика).

В последнее десятилетие большое внимание лингвисты уделяют проблеме речевой агрессии в средствах массовой информации[2].

Сигналы речевой агрессии в журналистском тексте обычно рассматривают с трех позиций: лингвистического, лингвоидеологического и риторического анализа. Лингвистический анализ включает анализ собственно языковых средств, в первую очередь лексических. В фокусе лингвоидеологического анализа находится проявляющаяся в тексте система ценностей, находящих свое речевое выражение в идеологемах. Риторический анализ текста сосредоточен на способах внутренней организации текста, например, степени его диалогичности.

На уровне языковых средств выражения маркерами негативного отношения к субъекту чаще всего выступают нарочито грубые, вульгарные, стилистически сниженные слова и выражения, дискредитирующие личность и формирующие восприятие субъекта как подозрительного и нежелательного, вызывающего неприязнь, отвращение или ненависть. Это явление относится к разряду дисфемизации.

Одним из самых заметных лингвистических маркеров, например, этнического различия в текстах, является акцент – повтор фонетических особенностей речи говорящего.

При анализе лексического состава текста для выявления маркеров интолерантности следует учитывать как прямые сигналы речевой агрессии или дисфемизмы, нарушение норм речевого этикета, так и косвенные. Это: передача смысла насмешками, унижения с помощью введения в текст неявных оппозиций ("свои" и "чужие"), ассоциативная связь с отрицательными явлениями и др.

Косвенные значения рассматриваются на основе как лингвистических, так и экстралингвистических данных. Косвенным показателем речевой агрессии могут служить и номинации однородного множества на основе коллективной идентификации (*нерусские)*. Подобные слова следует относить к косвенным показателям речевой агрессии, потому что оценочный компонент значения слова отсутствует, коннотативную отрицательную оценочность это слово приобрело в социокультурном контексте. Оценочное содержание текстов выявляется на основе экстралингвистических знаний, а не на основе отдельных языковых единиц.

При лингвоидеологическом анализе журналистских текстов обычно исходят из того, что в речевой ткани любого текста отражаются тенденции и закономерности идеологических предпочтений. Методологическим основанием такого анализа является положение Р. Барта об идеологии как вторичной семиотической системе, "вторичном языке". В качестве идеологемы может выступать лексическая, фразеологическая или синтаксическая единица, текст или текстовый фрагмент.

Идеологемы, отражающие интолерантную позицию, структурируются общей оппозицией "мы – они". Такая оппозиция порождает идеологему врага или чужака, это притом, что чужие не всегда становятся врагами. Косвенными сигналами речевой агрессии являются идеологемы, формирующие образ чужаков. Основными маркерами чуждости является непохожесть. Идеологема чужого содержит семантику насмешки, снисходительного отношения.

Лингвоидеологический анализ текста позволяет выявить идеологемы, способствующие распространению экстремистских, этно- и эгоцентристских идей в обществе, несовместимых с формированием толерантных установок сознания.

Третьим видом анализа из рассматриваемых трех позиций выявления маркеров интолерантности является риторический анализ текста. Как уже было отмечено, категория диалога является ведущей категорией в анализе толерантных отношений. Внутренняя диалогичность – это выражение во внешне монологическом тексте взаимодействия разных идеологических, мировоззренческих позиций в отличие, например, от собственно диалогического газетного жанра – интервью.

Интересными и полезными, на наш взгляд, методологическими подходами и принципами при оценке публикаций газет на основе понятия "Язык вражды в прессе"[3]. Следует согласиться с

---

[2] См., например, Кокорина Е. В. Стилистический облик оппозиционной прессы / Е. В. Кокорина // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М., 1996. – С. 409-426; Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. – Екатеренбург, 1997. – 117 с.; Сковородников А. П. Языковое насилие в современной российской прессе / А. П. Сковородников // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. – Красноярск-Ачинск, 1997. – Вып. 2. Конкретно же формы интолерантности обобщены и описаны, например, в совместной работе: Солдатова Г. Комплекс превосходства и формы интолерантности / Г. Солдатова, Л. Шайгерова // Век толерантности. – 2001. - № 2. – С. 2-10.

[3] См.: Диагностика толерантности в средствах массовой информации // Под ред. В. К. Мальковой. – М.: ИЭА РАН, 2002. – С. 298-316.

автором подобного рода подходов, что невозможно создать идеальный, то есть точный, устойчивый, надежный и объективный инструментарий для оценки неоднозначной информации. Поэтому любые оценки не могут быть "точными и однозначными" и в любом случае будут нести долю субъективности, зависящей от времени и вновь открывшихся обстоятельств. При такой трактовке журналистских материалов вероятнее всего будет подход, основанный на методе этико-субъективной оценки социальных явлений, предложенный еще в XIX в. выдающимся социальным мыслителем П. Л. Лавровым.

Понятие субъективности относится к личности, которая развивает в себе понимание собственных интересов как интересов общественных. Субъективизм, по П. Лаврову, ничего общего не имеет с "голым" субъективизмом, односторонностью или произволом. Поэтому при оценке любого текста и преобладании общественно здравого смысла необходимо в качестве основных критериев применять не только юридические нормы, но и этические принципы, традиции и нормы, принимаемые общественной моралью российского общества в целом и этическими нормами журналистского корпуса в частности.

Тем не менее, метод использует и некоторые ранее применяемые методики, позволяющие рассматривать структуру представленных публикаций и выделять толерантные и интолерантные элементы на разных уровнях "языка вражды". Точного определения "языка вражды" на сегодня, как отмечают специалисты, нет. Например, в информационно-аналитическом центре "Сова", основанном в 2002 г. группой сотрудников информационно-исследовательского центра "Панорама" и московской и хельсинской группой, под "языком вражды" понимают любые некорректные высказывания в адрес этнических или конфессиональных групп. Для определения "языка вражды" в центре введено 26 критериев. Среди них можно встретить такие, как прямые призывы к насилию; создание негативного образа; оправдание исторических случаев насилия и дискриминация (выражения типа "после всего, что "они" творили, естественно, что..."). Это могут быть также публикации и высказывания, подвергающие сомнению общепризнанные исторические факты насилия и дискриминации, встречающиеся в текстах утверждения о неполноценности (недостаток культурности, интеллектуальных способностей, неспособность к созидательному труду) той или иной этнической или религиозной группы как таковой. Это могут быть также оценочные суждения о криминальности той или иной этнической или религиозной группы и др. Таких маркеров может быть очень много[4].

Важно заметить, что, несмотря на все увеличивающуюся базу различных примеров и маркеров интолерантности, при анализе текстов возникают значительные трудности в измерении степени, уровня накала "негатива", представляемого в текстах в виде структурных элементов, передаваемых в разных формах: неприятие, антагонизм, ненависть, противостояние. В этом смысле значительную помощь должны оказать специфические психологические исследования.

Таким образом, можно сделать вывод, что оценку текстов целесообразно осуществлять следующим образом: рассмотреть структурные элементы текста, в частности излагаемые автором факты, идеи, лексемы, образы и т. д.; раскрыть видимые и скрытые предполагаемые намерения автора; спрогнозировать возможный общественный эффект данной публикации в данной социальной среде; оценить по здравому смыслу.

Опыт изучения различной информации в отечественной прессе показывает, что интолерантность может передаваться в массовое сознание через следующие структурные элементы текста: специально отобранные факты социальной действительности; через стереотипы; с помощью различных идей или идеологем; через мифы; с помощью лексем; через иллюстрации с интолерантной окраской.

С учетом данных методик был проведен кросс-аналитический обзор центральной и региональной прессы за 2001—2006 гг. выборочно. Следует отметить, что случайная выборка при пилотажном исследовании без учета статистических характеристик не преследовала ее репрезентативности.

Выборка содержала 478 номеров газет 19 наименований. Целью анализа данных публикаций было показать действенность отдельных положений рассмотренных методик и подходов (речевой агрессии, "языка вражды" и структурного анализа ключевых информационных элементов текста), а также продемонстрировать, насколько сложной и неоднозначной может быть диагностика толерантности в СМИ.

---

[4] В настоящее время в институте этнологии и антропологии РАН в рамках проекта Федеральной программы "Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе" разрабатывается методический инструментарий, содержащий более 400 различных показателей, с помощью которых будет сделана попытка создания более объективной диагностики, прежде всего "этнической информации" российской прессы.

Сегодняшняя пресса предлагает достаточное количество текстов, которые по праву можно отнести к категории интолерантных на основе той или иной методики или вариантов диагностики. Вот несколько из многих рассмотренных примеров, поместившихся в поле настоящей статьи.

Так, на уровне языковых средств выражения, маркирующих негативное отношение к объектам и субъектам, рассмотрим явление дисфемизации. Нарочитое употребление грубых, стилистически сниженных слов и выражений встречается довольно часто практически во всех случайно отобранных газетах, равно как и в анализируемых в них текстах.

Самым ярким примером дисфемизов стали оскорбительные характеристики граждан СНГ. В тексте "Нашествие рабов от Афгана до Урала" автор пишет: "*Психология извечного раба делает их ценнейшим средством производства. Пятидневное путешествие от Таджикистана в Екатеринбург стоит 80 долларов с носа... Поговаривают, что для "гиббонов" эти "скотовозы" – законная кормушка"* ("МК-Урал", 1-8 ноября 2001 г.).

На протяжении всего текста журналист называет граждан Таджикистана рабами. Негативная оценка усиливается употреблением сравнения "*средства производства"* с неодушевленным существительным *"скотовозы",* используемых для "*гиббонов".* Из контекста неясно, относится ли это слово к самим таджикам или к тем, кто их перевозит. Просторечное название автобуса "*скотовоз"* здесь также выглядит оскорбительным по отношению к пассажирам. В целом метафоры-оскорбления являются показателем инвективной коммуникативной стратегии, которая является недопустимой в публицистическом дискурсе.

Также недопустимым с точки зрения гуманизации общения является выделение в качестве примера *только одной нации*, которая может совершать преступления подобно тем, с которыми столкнулась Франция в ноябре 2005 года. Так, автор комментирует эти события, как пробный "*камень в глобальной европейской интифаде мусульманских пришельцев".* Он пишет: "*Ведь никто не будет спорить, что в Москве какие-нибудь случайные события, даже на бытовом уровне, приводят к тому, что на улицы выходят азербайджанцы или еще кто-то и начинается нагнетание страстей*" (Иванов Н. Французы теряют Францию / Н. Иванов // Мир новостей. – 2005. - № 46 (620). – 8 ноября).

Стилистически сниженное выражение "*или еще кто-то"* формирует восприятие объекта как нежелательного, подозрительного, вызывающего неприязнь. В данном случае говорится уже о дискредитации целой нации, в данном случае речь идет об азербайджанцах в среде мусульманского мира. Не следует забывать, что именно "фенотипическое" определение остается в памяти человека.

Но есть и проблема добросовестности при воспроизведении речевой агрессии, когда журналист попросту не может не передать, например, слова Жириновского или Митрофанова, говорящих об американцах как о "бешеных собаках".

В той же газете опубликована статья А. Бессарабовой "Убийственное золото Якутии" ("Мир новостей", 8 ноября 2005 г.). Автор пишет: *"Третью неделю в якутском поселке Югоренок... голодают жены инвалидов. Участницы бессрочной акции протеста требуют выдать им сертификаты, обещанные властями семь лет назад. Республиканские чиновники отреагировали на бунт в поселке золотодобытчиков на пятые сутки: прилетели в Югоренок, плотно пообедали в тамошней администрации, а перед отъездом наведались к голодающим, чтобы посоветовать им... "помыться и постричься". – "Осмотрели точно скот, – вспоминает Ольга Щелокова. – Презрительно поморщились. В дверях сказали: "Вы б лучше помылись, а ваши инвалиды побрились". И ушли".*

В данном случае намеренное употребление грубого сравнения оправдывается позицией журналиста, отразившего факт свершившегося события. Конечно, отражение социальной реальности накладывает определенную ответственность на выводы, к которым вынужден прибегать журналист.

Совсем другой оттенок приобретает комментарий к статье в форме PS, когда вывод делает специалист иной сферы деятельности. "Улица одной девочки" – так называется статья специального корреспондента, психолога по образованию Э. Горюхиной ("Новая газета", 1-3 ноября 2004 г.).

Журналистка задается вопросом: *"Ребенок из Беслана – не пострадавший? Так бывает? Бывает! По дурацкой форме, имеющей быть в Беслане".* Вырванные из контекста всей статьи фразы: *"Я ничего не буду говорить о власти. Они – г... Это знают все"* или *"Такое детское мышление никогда не будет понятно министерской башкой. Природный замес другой"* – без сомнения, отражают сигналы речевой агрессии. Но только прочитав всю статью, встав на позицию автора и здравого смысла, понимаешь всю глубину психологического состояния и оставшегося в живых одного ребенка, и родителей, потерявших своих детей от бездарно проведенной антитеррористической операции, и отношения власти, "*башка"* которой повернута в другую от народа сторону.

Вообще говоря, примерами дисфемизмов по отношению к власти изобилуют время от време-

ни большинство газетных публикаций, особенно в периоды принятия непопулярных для населения правительственных решений. Например, *"Греф, "любимый министр президента", в отчетливой манере неврастеника утверждает: хотим мы того или нет, но все равно придется интегрироваться в мировую экономику. Хотя это важно только для самого Грефа, связанного обязательством окончательно угробить Россию"*... Далее: *"В ВТО, куда Греф с Кудриным упорно, как два Сусанина, затягивают страну, и правда, нет жилищных льгот. Зато там высокие заработки, пособие по безработице выше средней российской зарплаты..."*.

"Новый кодекс вступает в жизнь уже с 1 марта 2006 года. И понятно, что у частных управителей никаких льготников не будет. Как же это соотнести с обещаниями "отца москвичей" Ю. М. Лужкова?" ("Столичный криминал", вып. 24 (245), 2005 г.).

Здесь элементы речевой агрессии включают либо насмешки типа "*любимый министр*", либо ироническое определение – *"отец москвичей"*, либо вызывающего неприязнь слово "*неврастеник*".

Приведенные примеры следует отнести к прямым сигналам речевой агрессии. Косвенным показателем речевой агрессии, как показали наши исследования, могут служить номинации, когда оценочный компонент значения слова отсутствует, но коннотативную отрицательную оценочность они приобрели в современном социокультурном российском контексте. Например, следующий контекст: *"Пенсионерки души не чаяли в участковом-азербайджанце: он хоть и не русский, но очень хороший человек. Вежливый. Спокойный"* ("МК–Урал", 6-13 июня 2002 г.).

Утверждение "*не русский, но хороший человек*" указывает, что в подтекст припрятаны отрицательные суждения о нерусских.

Особенно часто в публикациях встречается имплицитно речевая агрессия, не содержащая формально выраженных оценочных смыслов. Отрицательные коннотации приобретает сочетание отдельных слов. В криминальной хронике регионального издания читаем: *"В Чкаловском районе выявлен очередной клан цыган-наркоторговцев..."*("Вечерние ведомости из Екатеринбурга", 22 марта 2002 г.).

В толковании слова "клан" – род, родовая община – нет оценочного компонента. Тем не менее, в соседстве со словом *"наркоторговцы*" выражение *"клан цыган"*приобретает отрицательное звучание. И значимым становится именно то, что цыгане являются наркоторговцами. К тому же определенную смысловую нагрузку приобретает прилагательное *"очередной"*, подчеркивающее не единичное явление.

Как следует из исследования газетных текстов, при лингвоидеологическом анализе идеологемы, высвечивающие интолерантную позицию, структурируются общей оппозицией "мы/они". Наиболее частыми сигналами речевой агрессии, выступающими в виде лексических, фразеологических или синтаксических единиц, текстов или фрагментов текстов, является формирование образа врага. И чаще всего в прессе, как правило, в роли врага выступают мигранты или иммигранты. Но обратимся сначала к цифрам, которые открыто публикуются в печати[5].

Вопрос: "Какие чувства вы испытываете по отношению к приезжим с Северного Кавказа, из Средней Азии и других южных стран, проживающих в вашем городе, районе": "уважение" – 2 %, "симпатию" – 3 %, "раздражение" – 20 %, "неприязнь" – 21 %, "страх" – 6 % и "никаких особых чувств" – 50 % (затруднились ответить всего 2 %, что говорит о выраженности в массовом сознании подобных установок). Суммируя, получим, что негативные чувства проявляются у 47 % населения, т. е. на порядок превышает позитивное отношение (5 %)[6].

Негативные чувства фиксируются и тем самым тиражируются, закрепляются в массовом сознании. В свою очередь, идеологемы врага, манифестирующие интолерантную позицию, содержат смыслы опасности для местного населения. Показателен в этом отношении текст "Нелегалы вытесняют из больницы екатеринбуржцев" ("Вечерние ведомости из Екатеринбурга", 23 июля 2002 г.).

Автор пишет: *"Целые потоки* (речь идет о мигрантах. – *Т. Н.*) *нуждающихся в медицинском обслуживании, наводняют больницу"*. Далее приводятся слова местных жителей: *"Люди по талончикам и беременные женщины сидят здесь с шести утра, они же лезут без очереди"*. Далее журналист делает обобщение: *"Это нашествие* (речь идет о мигрантах-таджиках. – *Т. Н.*) *представляет гигантскую потенциальную опасность для коренных жителей Урала... Беда подкрадывается незаметно – вечные рабы, вывезенные с таджикских гор, терпеливо переносят все сложности жизни на Урале"*.

Данные фрагменты текста показывают, что мигрантам приписывается численное, а следова-

---

[5] Социологический опрос, ноябрь 2005 г. Данные Л. Д. Гудкова – отдел социально-политических исследований Левада-Центра ("Независимая газета", 26 декабря 2005 г.).

[6] Там же.

тельно, силовое превосходство. Журналистом используется лексика с отрицательным компонентом значения: *вытесняют, заполняют, наводняют, нашествие, засилье*. Образы мигрантов наполняются отрицательными характеристиками с общей семантикой злонамеренности по отношению к местным жителям, представленными в роли жертв: *лезут без очереди, наглеют, портят жизнь*. Это уже не просто чужаки, а враги.

Конфликтологическая модель социальной реальности продолжает оставаться доминирующей в журналистском дискурсе, да и не только в нем. Мир мыслится исключительно как противостояние неких сил. Постулирование этничности как фундаментальной характеристики этого мира, как одним из основных, если не основным, классификационным основанием его неизбежно приводит к "проблемному" восприятию межэтнических отношений.

Приведем почти полностью одну из сводок о происшествиях из цитируемой выше газеты: *"Сотрудники Октябрьского РУВД совместно с фондом "Город без наркотиков" выявили цепочку наркоторговцев. Последний ее представитель – В. Айвезян – работал грузчиком на фабрике. Наркотик купил у грузчика русский наркоман Алексей... По словам президента фонда "Город без наркотиков", все члены банды – не русские и представляют собой канал поступления и распространения зелья из Тюмени и Казахстана"* ("Вечерние ведомости из Екатеринбурга", 12 марта 2004 г.).

В данном тексте журналист счел необходимым идентифицировать соучастников преступления только по этническому признаку, хотя известно, что это только одна из форм идентичности индивида. Причем интолерантная установка проявляется открыто: "*русский наркоман Алексей"*. Кстати, вообще указание на русскую национальность нетипично России. Выставленная в заметке оппозиция *наркоторговец Айвезян – русский наркоман Алексей* встраивается в сквозную для текстов СМИ оппозицию: нерусские наркоторговцы/русские жертвы. Тем самым закрепляются в массовом сознании эмоции, вызванные присутствием "чужих".

Еще больший эффект достигается, когда подобное противопоставление исходит из уст политиков или государственных "мужей". Примечательно в этом отношении высказывания Главы администрации Краснодарского края А. Н. Ткачева 5 сентября 2005 г. на совещании руководителей структурных подразделений милиции.

Он заявил, что недавние взрывы – *"дело рук негодяев, которые пришли извне"*. По его словам, в ряде районов края население буквально стонет от засилья "пришлых", которые не хотят считаться ни с нашей культурой, ни с обычаями, ни с правами коренных жителей. Все усилия милиции губернатор призвал направить именно на борьбу с незаконными мигрантами. Далее он сообщает: *"Для этих людей Кубань – не родина, а место наживы, реализации своих корыстных планов. Надо лишить их возможности закрепиться в крае. Нынешняя практика, когда сотни тысяч зарубежных "гостей" "гуляют" где им вздумается, а выдворяется всего 26 человек, не дает ожидаемых результатов. Мы должны использовать всю силу закона для выдворения из края незаконных мигрантов"*. Можно констатировать, что для краевого политического дискурса увязка миграции и криминальной деятельности выступает основной чертой публикации. Такую его направленность задает, прежде всего, сам губернатор А. Н. Ткачев, примером типичной позиции которого могут служить следующие слова: *"В край стремятся беженцы со всех уголков бывшей страны. Эти люди в большинстве своем не хотят работать, ведут паразитический образ жизни, занимаются воровством, распространяют наркотические вещества"*.

Как справедливо замечают ученые, "оценка в речи предназначается для воздействия на адресата и имеет целью вызвать определенное психологическое состояние"[7]. Такими заявлениями, тиражируемыми массовыми изданиями, этого удается добиться.

Так, например, в одном из педагогических институтов столицы проводилось анкетирование. У будущих учителей спрашивали, как они относятся к приезжим – носителям иной культуры. Более половины из них высказали резко отрицательное отношение к мигрантам ("АИФ-Москва", № 46, 2005 г.).

Отрицательное отношение к приезжим в отдельных публикациях перерастает в одобрение физического насилия. Примечательно, что даже убийства не оцениваются негативно, они лишь подаются автором как неэффективные, поскольку не могут существенно повлиять на количество приезжих: *"Время от времени в каком-нибудь сарае, где обитают иностранцы, устраивается варфоломеевская ночь, но рынок рабсилы имеет уже такие обороты, что место выбитого не пустует"* ("МК–Урал", 4-11 апреля 2002 г.).

Здесь идеологема уничтожения передана фразеологизмом *варфоломеевская ночь*, в которой актуализируется смысл физической расправы. Есть и тексты, где присутствует прямое одоб-

[7] Стивенсон Ч. Некоторые прагматические аспекты значения / Ч. Стивенсон // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. 16. – С. 129-154.

рение и призыв к насилию: "*Мы уничтожим жидовского Антихриста, когда сатанинский народ сгинет с лика Земли нашей. И это свершится!*" ("Русские ведомости", № 35, 2000 г.).

Одну из враждебных групп (евреев) газета последовательно представляет читателям как неисправимого врага "нашей", "своей" группы (русских), усиленно обижающих "нас".

Итак, прямыми сигналами речевой агрессии на уровне идеологического анализа текстов являются идеологемы врага и идеологемы уничтожения. Схема рассуждений в подобных публикациях необычайно проста: избавимся от чужих – исчезнет проблема. Такая позиция чаще всего возникает от неграмотности или пренебрежения журналистами профессиональных принципов поведения, принятыми Международной федерацией журналистов.

В этом смысле практика образования журналистов должна быть направлена на понимание социальных процессов, происходящих в обществе, глубинных представлений о естественности иерархического устройства общества, предполагающего деление на этносы, обладающие неравными социальными и политическими правами. Нетрудно понять, что общим вектором массового общественного мнения (настроения) в данных случаях будут и должны быть требования к властям (а не *избавимся от чужих – исчезнет проблема*) проводить более жесткую политику к мигрантам. Лобовая практика "просвещения темной массы, зараженной предрассудками", абсолютно неэффективна. Проблема ксенофобии должна формулироваться в журналистских материалах не как задача ликвидации ксенофобских настроений, а как задача их контроля и редукции к каким-то общественно приемлемым и административно регулируемым формам.

Третья позиция, которую предусматривает методика диагностики толерантности журналистских текстов по маркерам речевой агрессии, это риторический анализ. К сожалению, приходится отметить, что в нашей выборке практически не встретились материалы, которые можно было бы соотнести с критерием диалогичности.

Однако толерантность невозможна без диалога, без представления точек зрения всех граждан, особенно участников конфликта. Пресса демонстрирует немногочисленные примеры толерантного разрешения конфликта, когда материалы подаются как реакция-отклик на ранее опубликованный текст в том или ином издании. Внутренняя диалогичность при внешне монологичном тексте здесь проявляется как выражение взаимодействия различных точек зрения, позиций участников конфликта.

Например, поводом для конфликта стала статья "Историческое холуйство" ("Новые Известия", 17 октября 2005 г.). В ней Владимир Рыжков дал своим коллегам по Государственной Думе весьма нелицеприятную оценку. В частности, парламентариев оскорбил тот факт, что Дума была названа *"холуйской"*. К "делу" был приобщен не только этот материал, но и ряд других, в которых г-н Рыжков позволял себе неэтичные высказывания по отношению к парламенту и депутатам.

В данном случае мы имеем дело с конфликтной ситуаций, в основе, которой лежит одно из проявлений интолерантности. Поэтому редакция возвращается к ситуации статьей Н. Красиловой "Неопороченная" ("Новые Известия", 10 ноября 2005 г.).

В ней представлены точки зрения сторон и, в частности, самого г-на Рыжкова, который сказал: *"...Все время подчеркиваю, что как орган власти он (*парламент. – *Т. Н.) не сложился. И согласно статье 29 Конституции имею право на выражение собственной позиции. Насколько я понимаю, к этическим действиям можно отнести только три момента – это драка, использование нецензурной брани и личное оскорбление гражданина... Все остальное – это незаконная попытка ограничить мою свободу слова"*.

Конфликт был исчерпан. *"Геннадий Райков (председатель комиссии по этике) решил ограничиться "товарищеским" разговором с Владимиром Рыжковым"*, – пишет газета.

Очевидно, что в основном к возбуждению национальной, религиозной и иной нетерпимости стремятся издания национал-радикального толка, такие как "Русские ведомости". Однако предпринятый анализ показал, что все чаще такими публикациями грешат и респектабельные СМИ – не "маргинальные" ни по тиражам, ни по содержанию, ни по влиянию на общество. Как свидетельствуют респонденты, "заказчиком" таких материалов, содержащих "язык вражды", в основном выступает само общество: дискриминирующие высказывания и уничижительный подтекст чаще содержатся не в прямой речи источников, а в самом редакционном тексте.

В целом же "язык вражды" в СМИ проявляется очень по-разному – от призывов к насилию до обидных определений. "Слова вражды" не обязательно звучат в содержании статьи или передачи: они могут угадываться в тональности, стиле заголовков, подборе фотографий и видеоряда, отсутствии редакционного комментария.

Распознавать типичные языковые конструкции, которые используют для создания иллюзии "истины в последней инстанции", можно и нужно. Существует несколько рамок восприятия со-

циальной реальности, в которых с необходимостью возникают поляризованные социальные группы, связанные отношениями непримиримой, вечной вражды. Это может быть выражено в более мягкой форме взаимного "непонимания" и "неприятия".

Стороны противостояния могут описываться этническими категориями (например, "евреи" и "русские"), категориями религии (например, "служители бога" и "служители сатаны"), класса (например, "эксплуатируемые трудящиеся" и "эксплуататоры"), миграционного статуса (например, "местные жители" и "приезжие") и др.

Вне зависимости от того, какая классификация используется, правилом является то, что одна из сторон ("Мы") снабжается позитивно оцениваемыми качествами, а другая ("Они") оценивается негативно, но при этом в ее руках сосредоточена вся полнота власти. Это неравное распределение власти оказывается причиной всех проблем "МЫ-группы" и источником богатства "ОНИ-группы". Выживание и развитие "МЫ-группы" ассоциируется с освобождением от власти "ОНИ-группы", и физическое насилие в этой борьбе – необходимое условие победы, т. е. выживания "МЫ-группы".

Анализ показывает, что в более "аккуратном" или "сдержанном в выражениях" виде многие идеи (имплицитно или эксплицитно) присутствуют в доминирующем дискурсе. Большинство действующих политиков, чиновников и т. д. критикуют поверхностные проявления "расистских" идеологий, но разделяют их глубинные посылки.

В журналистском сообществе до сих пор предпринималось мало попыток всерьез осуждать разжигание национальной, религиозной и иной розни через тексты СМИ. Этические нормы и механизмы саморегулирования СМИ в этой области не разработаны, а ксенофобские материалы и интонации в уважаемых общественно-политических изданиях встречаются теперь не намного реже, чем в маргинальной прессе. Редакторы также часто не распознают "язык вражды" в высказываниях публичных деятелей, официальных лиц или не считают нужным сопровождать эти высказывания комментариями, тем самым как бы и на самом деле присоединяясь к ним.

Большинство журналистов использует "лексику вражды" ненамеренно, без расистского умысла, не имея профессиональных ориентиров, либо не владея специфическими навыками освещения таких деликатных тем, как расовая, этническая и религиозная. Преодоление "языка вражды" ни в коем случае нельзя сводить к штрафным санкциям или ограничению свободы слова, к чему с принятием поправок к Закону "О СМИ" и без того сделаны серьезные продвижения. Большую роль в отказе от риторики вражды могут сыграть обучающие мероприятия и общественные дискуссии.

Рассмотрим несколько выделенных нами и другими исследователями групп лексем, с помощью которых в печатных текстах передается толерантность и конфликтность, как иллюстрацию применения изложенных выше методик и подходов.

Один из простейших способов внедрения элементов толерантности в массовое сознание – это употребление толерантных слов и выражений, таких как *гуманизм, взаимопонимание, уважение, милосердие, великодушие, дружба народов, взаимопомощь, сотрудничество и т. п.* Разумеется, если эти слова переданы в позитивном контексте. Однако, как отмечают и другие исследователи, в современных российских газетах крайне редко встречается употребление подобных слов и выражений[8].

Гораздо чаще встречаются лексемы, обозначающие отклонения от социальных норм и норм межэтнических отношений: *экстремизм, конфессиональная вражда, ксенофобия, национализм, шовинизм, бандитизм, пьяные разборки, разбойные нападения, антисемитизм и др.*

Подобные термины чаще употребляются в прессе в осуждающем эти явления контексте, что является хорошим признаком журналистской практики. Тем не менее следует заметить, что такое интенсивное, что отмечается в большинстве социологических исследований, употребление в СМИ подобной лексики само по себе негативно сказывается на общественном настроении, возбуждая и нервируя население. "Конфликтогенные" лексемы – *агрессия, бандитские разборки, ссоры, криминал, нападение и др.* – нагнетают у читателя и зрителя тревожность и обеспокоенность.

Наибольшую группу лексем по результатам выборки составили лексемы-обвинения: *грузинские боевики, китайское нашествие, мусульманские экстремисты, бандиты, цыганские наркоторговцы, исламские фанатики, рабы, пришлые и т. д.* Иногда подобные лексемы встречаются и в дру-

---

[8] Так, например, В. К. Малькова отмечает, что сплошной анализ всех публикаций московских газет за октябрь 2001 и февраль 2002 гг. показал: в этнически окрашенной информации лишь от 2-х до 4-х случаев употребления в каждом издании в месяц данных лексем, связанных с толерантными взаимоотношениями людей. См.: Диагностика толерантности в средствах массовой информации // Под ред. В. К. Мальковой. – М.: ИЭА РАН, 2002. – С. 116.

гих формах, основу которых составляют идеи противопоставления так называемого коренного населения и мигрантов, представляющих определенные этнические группы. "*Почему коренное население должно страдать из-за пришельцев, которых никто не приглашал на Кубань?" ("Кубань сегодня", 7 октября 2004 г.), или* автор публикации ("Кубань сегодня", 6 сентября 2004 г.) ставит в упрек казакам слабую активность в этом направлении, рисуя следующим образом складывающуюся ситуацию: *"Сколько слез проливается россиянами, лишенными родного гражданства (по воле верховных игроков судьбами людей) и вынужденных подолгу простаивать в очередях у окошек ОВИРов. Тогда как представители различных "смуглых" национальностей проворно устраиваются у нас и чувствуют себя хозяевами на Вишняковском и других рынках края".* Можно легко себе представить, какие инициативы ожидаются от казаков в данной ситуации.

Таким образом, если диагностировать толерантность газетной информации по методу анализа лексем, как и другими рассмотренным нами методами, выводы получаются неутешительными.

К таким же выводам приходят и другие исследователи. Они отмечают, что "одним-двумя словами (порой очень яркими и остроумными) автор публикации может привлечь внимание читателя к этническим проблемам... публично посмеяться над этническими особенностями человека или его группы, приписать ему или целому этносу позитивные или негативные качества, обвинить в реальных или выдуманных поступках. И порой даже не заметить этого!"[9].

И каждый раз встает вопрос: можно ли и как остановить подобную практику в отечественной журналистике? Есть несколько путей решения этой проблемы, которые по-разному формулируются исследователями – от запрета интолерантных высказываний в СМИ до контроля и редукции к каким-то общественно приемлемым и административно регулируемым формам.

Второй путь представляется более реалистичным. Тем не менее, основная нагрузка в разрешении данной проблемы должна лечь на плечи самих журналистов. Разрешение данных противоречий востребует особую профессиональную толерантность личности журналиста, основанную на терпимости и способности разрешать конфликтные деструктивные ситуации в профессиональной сфере. Причем журналист может получить данный результат только через понимание и восприятие "другой" точки зрения и отказ от профессионального догматизма. Для этого он как профессионал должен быть способен к саморазвитию и участию в развитии профессиональной коммуникативной культуры.

Рецензент – А. И. Акопов.

Статья принята к печати 06.11.2006.

[9] Диагностика толерантности в средствах массовой информации // Под ред. В. К. Мальковой. – М.: ИЭА РАН, 2002. – С. 122-123.

ЭССЕИЗМ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2007 Д.Н. Перевозов

Воронежский государственный университет

Определяя место, занимаемое эссеизмом в современной российской публицистике, целесообразно выделить те из основных, формообразующих признаков информационно ориентированного общества, которые обусловливают закрепление эссеизма как особого явления текущей публицистики. Одним из важнейших элементов, позволяющих говорить о новом типе общественного устройства, является так называемый "круговорот информации в природе", бесконечный информационный поток, получивший свое "материальное", зримое воплощение в сети Интернет, к которой в любое время, в любом месте может подключиться любой желающий (если имеется компьютер и телефон). Интернет, являясь, по сути, одним из проявлений единой инфоноосферы, вбирает в себя все многообразие существующих информационных каналов, обеспечивая своим пользователям максимально широкие возможности выбора.

Сошлемся на классификацию, предложенную Р. В. Жолудем в работе «Интернет, журналистика, СМИ: возвращение к агоре?» По мысли автора концепции, СМИ (средства массовой информации), существующие в пространстве Интернет, и само это пространство в целом, можно уподобить агоре – площади, на которой позволялось высказываться всем желающим свободным (имеющим доступ в Сеть) гражданам. С другой стороны, агора была не только политической трибуной, но и своего рода развлекательным центром: «Это является еще одним доказательством того, что массовая культура, индустрия развлечений в журналистской деятельности – отнюдь не случайные гости, а опять-таки традиционные и логичные "соседи"» [4]. Думается, имеет смысл развернуть данную концепцию применительно ко всем СМИ в информационно ориентированном обществе. Конечно, газета или журнал не могут обеспечить всем желающим возможность высказаться на своих страницах, но вместе с тем – любая газета, журнал, радио или телепередача являются частью инфоноосферы. То есть публикация, появившаяся в газете "Известия", через некоторое время (иногда в тот же день) оказывается на сайте газеты и, таким образом, становится частью информационного потока. В этой связи на Западе уже довольно продолжительное время существует практика публиковать на сайте только часть материалов (см., например, сайт "New York Times"). Другими словами, электронная версия газеты или журнала одним своим появлением уже создает конкуренцию изданию бумажному, и требуются определенные ограничения, чтобы эту конкуренцию устранить. Парадоксальность сложившейся ситуации состоит в том, что даже если у бумажного СМИ нет электронной версии, публикация через некоторое время все равно станет частью информационного потока.

В сильно упрощенном виде механизм становления того или иного сообщения как части единой инфоноосферы можно представить следующим образом. Интересную публикацию в газете кто-нибудь обязательно если и не процитирует, то, как минимум, обсудит на тематическом форуме в сети Интернет, отослав желающих познакомиться к бумажному источнику. Актуализация сообщения (спрос аудитории) приведет к тому, что это сообщение кем-то (не обязательно даже автором) будет опубликовано в сети, и тогда любой, имеющий доступ, получит возможность высказаться и снабдить оригинальный текст сообщения своими комментариями.

Отсюда вытекает еще одна специфическая для информационно ориентированного общества особенность коммуникационных процессов: "СМИ (и любой коммуникатор) в ситуации Интернета ограничен единственно тем, что его точка зрения или информация должна найти соответствующую аудиторию, испытывающую потребность в их получении" [4].

Данное утверждение в современных условиях применимо уже не только к Интернету, но и –

вообще к современной публицистике. С другой стороны, это обстоятельство, позволившее распространить концепцию агоры на всю современную прессу, заставляет нас переосмыслить само понимание публицистики.

Многие современные исследователи (в частности, И. Дзялошинский) сходятся во мнении, что сегодня «у нас исчезло и понятие "публицистика", и то, что этим понятием обозначалось. Последние научные публикации, в которых использовалось понятие "публицистика", вышли в конце 80-х годов. Те, кого раньше, когда они были моложе, называли публицистами, и сейчас пишут о том же, но представляют их журналистами. Слово "публицист" приобрело какой-то трудно уловимый насмешливый оттенок» [3]. Смещение от публицистики к журналистике на российской почве представляется вполне закономерным процессом, учитывающим опыт тоталитарной командно-административной системы, долгое время функционировавшей в обществе.

В условиях тоталитарного общества публицист воспринимался как единственная (исключая партийную верхушку) фигура, могущая действенно повлиять на ситуацию. Но, естественно, существовала и неофициальная публицистика, изредка просачивающаяся на страницы прессы. Вспомним публицистику "Нового мира", например. Влияние такой публицистики на ситуацию в обществе ограничивалось относительно небольшой (по отношению к обществу в целом) группой лиц, оппозиционно настроенных по отношению к власти. Однако и в том, и в другом случае перед аудиторией выступала личность, фигура, поддерживающая официальное мнение либо ему противостоящая. В настоящее время журналистика стала полифонической, причем, помимо полифонии внутри текста, создаваемой обширным полем цитирования, существует полифония внешняя, когда произведение вписывается в контекст ранее существовавших материалов на ту же тему.

Возникает опасность для человека пишущего в общем хоре потерять собственный голос. «Уход личностного начала заметен сейчас не только в журналистике, но и в других сферах общественной деятельности, личность все больше стирается, растворяется, становится симулякром самой себя. <...> Даже если ты умрешь, "ты-виртуальный" останешься, твое вымышленное имя (ник-нэйм) подхватит кто-то другой, и его путешествие будет продолжено, и не ты, а этот знак обретет бессмертие. Твое имя не имеет уже тела, и оно (имя как комбинация знаков) – важнее тебя самого» [2].

Речь идет о тиражировании образов культуры: попадая в информационный поток, символ тиражируется и в какой-то степени неизбежно обесценивается. Однако ошибочно думать, что вместе с тиражированием исчезает личностное начало. Тот, кто "подхватывает" существующий образ, одновременно и перекраивает его под свои параметры, поэтому личностное начало, заложенное в оригинальном образе и затем реализованное в результате процесса заимствования, может существенным образом отличаться, быть выраженным более или менее сильно.

Проблема в том, что личностное начало в заимствованном растиражированном образе действительно стирается, но в сознании аудитории. Объективно – образ продолжает существовать в инфоноосфере, а значит, существует и заложенная в нем идея. Со временем, однако, аудитория перестает "слышать" заложенное в послании, и образ воспринимается как шум, как мешающая пониманию смысла помеха.

Уход от открытого выражения личностного начала в современных текстах свидетельствует не столько об "отказе от человека чувствующего, вдохновленного, которого нужно вдохновить, а также и от журналиста-личности" [2], сколько об изменении статуса журналиста в современном обществе. Личность человека при постмодернистской организации общества не исчезает в принципе, она устраняется лишь из текста как продукта, произведенного личностью. Положение является прямым следствием концепции мир-как-текст: выходя из-под пера, текст, попадая в информационную среду, становится объективной реальностью.

Основное отличие информационно ориентированного общества состоит в ассоциативном характере связей. Лучше всего проиллюстрировать данное положение системой гиперссылок на интернет-сайте. Каналы, по которым циркулирует информация, могут взаимно пересекаться в любой точке и в любой момент времени. Основным критерием существования текста в информационной среде становится интерес публики. Именно он определяет рамки, в которых "живет" всякий, в том числе и публицистический, текст.

Перестав быть интересным аудитории, текст лишается своей коммуникативности, но остается коммуникационной единицей в информационном потоке и подобен деньгам в банковском сейфе. Пока сейф закрыт – деньги имеют ценность потенциальную, но как только деньги из сейфа извлекли и совершили покупку, потенциальная ценность денег обращается в ценность материализованную, то есть получившую свое отражение в купленной на них вещи.

В информационно ориентированном обществе, где информация является товаром, сообще-

ние, лишенное коммуникативности, теряет свою ценность. Текст в этом случае перестает "жить". Возникает двойственная, характерная для информационно ориентированного общества ситуация: с одной стороны, погруженный в полифоническую среду текст может "потерять", среди возможных интерпретаций, породившую его авторскую точку зрения (отсюда – утрата заложенной в нем изначально "личностной составляющей"). С другой стороны – не получающий информационной подпитки извне, переставший быть товаром текст со временем тоже лишается автора, имя которого (даже воспринимаемое поверхностно как комбинация знаков) с течением времени перестает что-либо значить для аудитории. Наоборот – если ранее забытый текст, в силу разных причин, снова стал интересен публике, исследователи творчества наполнят комбинацию знаков авторского имени реальной биографической составляющей, а критики (профессионалы и любители) максимально расширят поле вероятных интерпретаций произведения.

Таким образом, в современном информационно ориентированном обществе господствует идеология интереса аудитории, контролирующая все сферы общественной жизни значительно жестче, чем любая другая из известных идеологий. Конечно, интерес в качестве критерия коммуникативности материала присутствовал и раньше, но при этом авторская точка зрения всегда существовала несколько обособленно. Практически информация, передаваемая по одному коммуникационному каналу, редко дублировалась другими (да и самих коммуникационных каналов было во много раз меньше в сравнении с днем сегодняшним), круг возможных получателей и интерпретаторов сообщения раньше оказывался в достаточной степени ограниченным.

Сказанное в большей степени относится к так называемым "самиздату" и "там-издату", но, хотя власть и старалась, в соответствии с техническими возможностями того времени, сделать официально одобренные сообщения-тексты максимально коммуникативными и донести их всех субъектов страны, все эти сообщения существовали в рамках единого контекста, вписываясь в который, журналист мог рассчитывать на то, что его произведение найдет своего адресата. Более того, окажет на него влияние.

Статьи в "Правде", например, в свое время играли роль директив, направляющих указаний. Противоположное направление публицистики и литературы было представлено иным коммуникационным каналом, попадая в который, журналист также мог рассчитывать на определенную степень внимания со стороны критически настроенной по отношению к власти аудитории. Критерий интереса обусловливался информационным голодом, когда, по сути, не важно было, как написан материал, важно – о чем. Информация о новостях и событиях, не получавшая отражения в официальной прессе, воспринималась аудиторией изначально как более ценная. Естественно, помимо перечисленных обстоятельств, привлекательность того или иного материала для аудитории во многом определялась способностями автора (независимо от того, какое направление он представлял), но принцип интереса в условиях тоталитарного общества не являлся доминирующим. Решающим было количество информационных каналов (искусственно ограничиваемое государством), доступных аудитории. Очевидно также, что технический прогресс того времени еще не давал возможности объединить даже существующие коммуникационные каналы в единую, способную мгновенно реагировать на меняющуюся ситуацию в обществе, систему.

В современных условиях идеология интереса вынуждает коммуникаторов искать новые, нестандартные, привлекающие внимание публики приемы и способы выражения мыслей. Минус данного подхода, как видим, состоит в опасности для автора, занятого поисками новых форм, упустить собственно цель, смысл, ради которого он создает публицистическое или художественное произведение. Плюс современного подхода – в том, что эксперименты с формой подачи информации, в конечном счете, обогащают и литературу и публицистику. Интересно в этой связи высказывание Д. Туманова: "Журналистика сейчас изменилась во всем мире, мы работаем и живем в эпоху построения информационного общества, и если говорить о том, какая будет постмодернистская публицистика, то, мне кажется, она будет основываться на создании публицистических произведений через информационную журналистику. Через совокупность фактов, через подборку, через колонку новостей создавать определенный публицистический тип своего произведения" [8]. В качестве примера приведем заметку директора Института развития прессы В. Юкечева «Выход из "секретных тоннелей"» («Известия» от 17.11. 2005): "В России случился маленький прорыв к медиарынку. В начале ноября тихо и по-рабочему его совершили чиновники Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области... <...> они рассмотрели дело по признакам нарушения областным правительством действующего закона "О конкуренции...", избирательно распределявшим бумагу среди муниципальных газет. А началось все с открытого письма трех редакторов "малых" частных газет Свердловской области, возмутившихся этим фактом.

Случилось "страшное": антимонопольные органы выполнили свои прямые функции и осуществили надзор за деятельностью исполнительной власти" [10]. Перед нами, по сути, и есть подборка фактов: открытое письмо и принятое антимонопольным комитетом решение. Авторская интонация "помогает" аудитории определить отношение к описываемым событиям. Произведение это публицистическое по своей природе, но автор отказывается от свойственной традиционной публицистике открытой аргументации. Отношение аудитории – поместить ли факты в положительный или отрицательный контекст – зависит от авторской интонации, сам по себе фактический материал нейтрален и не содержит позитивной или негативной окраски. Примечательно, что заметка написана в рамках эссеистической стратегии письма. Ярче всего личностная окраска материала проявляется в концовке. Автор сообщает, что власти не захотят расстаться с "ручными" медиаресурсами. "Уже продумываются, – сообщает Юкечев, – новые схемы продолжения финансирования новых медиаорганизаций, в которые вынуждены будут перерегистрироваться муниципальные газеты, за счет различных близких к власти структур. <...> Ну и где же, спросите вы, выход? Да там же, где и вход. Ищите. Все только начинается. Три редактора маленьких частных газет доказали: медиасообщество, ориентированное на граждан, в России все-таки существует" [10]. Заметим, что на Западе переход к информационно ориентированному обществу происходит менее болезненно, чем в России. Связано это с тем, что в странах с долговременной демократической традицией личность публициста, как ни парадоксально прозвучит, никогда не несла на себе такого груза ответственности, как в странах, имеющих тоталитарный исторический опыт. Поясним на примере: в Америке личная точка зрения журналиста равна точке зрения любого другого гражданина, независимо от того, какой деятельностью он занимается. Личное мнение аудиторию не интересует, акцент смещается в сторону трансляции, донесения журналистом интересной для аудитории информации. В таких условиях ориентация на факт как таковой воспринимается как вполне логичное явление. В странах тоталитарного режима именно личность журналиста и публициста во многом определяла, будет материал интересен аудитории либо нет. Ориентация на личность автора сформировала особый "стереотип ожидания" у аудитории и у самих журналистов/публицистов старшего поколения. На Западе опосредованного выражения личности журналиста в материале вполне достаточно (для слушателей, читателей, зрителей, нацеленных на объективный факт). Причем, за редким исключением, речь может идти не столько об авторской точке зрения, сколько о выражении мнения канала или издания по поводу той или иной проблемы. Мнение это журналист и передает аудитории, как бы от своего имени. Похожая ситуация сейчас наблюдается и в России, но уход личности из журналистики и публицистики более ощутим для аудитории, поскольку от личности пишущего ожидают не просто мнения, но намека, позволяющего уловить нечто скрытое, читаемое между строк. Отсутствие личностного начала в тексте не удовлетворяет этого желания значительного числа читателей, слушателей и зрителей. Ранее, создавая материал, журналист был за него ответственен. Теперь этот элемент отсутствует, что объясняет практически полное, в сравнении с предшествующими десятилетиями, отсутствие обратной связи аудитория – журналист.

Приведенный выше текст публицистичен по своей природе, однако открытый финал, предлагающий аудитории самой искать выход, с одной стороны, интонационно побуждает получателей информации задуматься над возможными путями решения поднятых автором проблем эффективности (вернее, отсутствия ее) в работе антимонопольных органов и произвола областных властей, занимающихся распределением материальных благ, но с другой стороны – такая отсылка к аудитории снимает с Юкечева ответственность за решение проблемы. Точка зрения автора проявляется в материале опосредованно через иронию «случилось "страшное": антимонопольные органы выполнили свои прямые функции», а также в оптимистической заключительной фразе о том, что "медиасообщество, ориентированное на граждан, в России все-таки существует". Данный текст – образец характерной современной тенденции: в информационно ориентированном обществе главным является уже не сам описываемый факт и даже не трансляция этого факта по коммуникационным каналам.

Главным становится, *как* показывается факт, в какой контекст его поместить. То есть товаром становится не просто информация, но *определенным образом поданная* информация. Именно варьирование в подаче факта делает текст коммуникативным для одной части аудитории и нечитаемым/не воспринимаемым для другой. Стремление представить контекст как объективный побудило многие телевизионные каналы вообще избегать личностной составляющей, давая репортажи под рубрикой "No comment" – "без комментариев", где речь уже идет не о подборке фактов, но о сколачивании их *в обойму*, предполагающую более тес-

ное, концентрированное взаимодействие отобранных автором элементов. Подобная тенденция прослеживается и в печатных СМИ, публикующих колонки фактов, каждый из которых не может стать новостью, но, собранные вместе, они придают определенное (инициированное редакцией) направление мыслей. В то же время, подобный подход нельзя реализовать во всех сферах, связанных с публицистикой, так как существует определенная достаточно большая часть аудитории, которой интересен не только сам факт, но и интерпретация его (часто неожиданная и оригинальная) пишущим.

Эссеизм в этой связи предоставляет разумный баланс между выражением личности автора в материале и фактом как он есть. Симбиоз этот позволяет уйти от монотонного, номинативного перечисления событий, которое хотя и будет верно отражать действительность, но не сможет надолго удержать внимание, и н т е р е с публики. Можно предположить, что в будущем, с переходом от информационно ориентированного к информационному обществу, роль авторского комментария в журналистских и публицистических материалах постепенно сведется к минимуму, поскольку исчезнет потребность в "ретрансляции". Технические средства достигнут уровня, когда исчезнет посредник между фактом и аудиторией. Всю и н т е р е с у ю щ у ю е г о информацию человек сможет получать в режиме реального времени. Продаваться будет уже не газета (издание), а только сам коммуникационный канал, как возможность подключиться к информационному ресурсу. (То же самое сегодня уже произошло с сетью Интернет, за доступ к которой надо платить провайдерам). Так называемая "блип-культура", когда человек воспринимает мир фрагментарно, а внимание свое может фокусировать на одном предмете лишь в течение очень непродолжительного времени, свидетельствует, что человеческий организм "подготавливается" к переходу в информационное общество; очевидно, что фрагментарность мышления, присущая молодому поколению, есть своего рода адаптивный механизм, обеспечивающий возможность выживания в послекризисном информационном обществе. Информация в новом обществе станет товаром в полном смысле этого слова, то есть станет самоценна, независимо от контекста. В настоящее время, пока технические средства не в состоянии еще обеспечить индивидуальное информирование каждого человека в отдельности, форма подачи информации, способная вызвать интерес, есть единственное средство привлечь внимание. Таким образом, эссеизм как явление проник не только в публицистику и художественное творчество, но во все сферы жизни, имеющие отношение к распространению и передаче информации. Речь идет о парадигмальной перемене. "Блип-культура" сформировала особый эссеистический тип сознания. В связи с этим целесообразным считаем, дополняя и развивая идею возвращения к агоре, предложенную Р. В. Жолудем, выдвинуть собственную концепцию, которую условно-метафорически, вслед за одноименным художественным фильмом, мы назовем "Назад – в будущее!", суть которой состоит в том, что век XXI можно сравнить с XVII–XVIII вв., когда существовала так называемая просветительская или "персональная журналистика". «А чуть позже, в XIX веке, стал формироваться "новый журнализм", фундаментальной функцией издания признавалось распространение информации. Преобладающее место стало принадлежать не "взглядам и мнениям", а "новостям"» [5]. Парадокс заключается в том, что, несмотря на якобы "уход личностного начала" из публицистики и информационную ориентированность, нам представляется, что на современном витке развития общества снова произошел возврат от "нового журнализма" к журналистике "мнений". Не в последнюю очередь это связано с уровнем научно-технического прогресса, который позволяет человеку в одиночку создавать издание на достаточно качественном полиграфическом уровне. Отличие от предшествующего этапа заключается в том, что в настоящее время функции информационного накопления, с одной стороны, и выражения личного мнения – с другой, не исключают одна другую, но совмещаются. Продолжая историческую параллель, отметим, что в изданиях родоначальников просветительской – персональной журналистики Аддисона и Стилла ("Зритель" [1711-1712]) "стержнем номеров являлись проблемные эссе, посвященные нравам в свете и за его пределами <...> Авторы представили здесь целую галерею образов-масок: помещик, судейский, торговец, военный, священник, светский щеголь и т. д. <...>

Примечательным был и сам способ ведения критики, избранный журналом. Критика должна была увещевать мягко и ненавязчиво, убеждать, а не карать" [7]. Без труда можно выделить сходство целевых установок просветительской журналистики и журналистики дня сегодняшнего, но с одним существенным различием. СМИ наших дней принципиально отказываются от идеи просветить, изменить свою аудиторию. Главным является донесение до человека информации в "товарной", то есть интересной для человека форме. Естественно, заставить человека "потреблять" ненужную ему информацию никто не может, но зато человека можно привлечь, как это пытается сделать реклама. Получая ин-

формацию из информационной среды, индивид не только извлекает ее из некоторого общего информационного контекста, контекста среды, но всегда вписывает полученное сообщение в контекст собственного опыта, отсюда и возникает ориентация на с о т в о р ч е с т в о автора и его аудитории. Чтобы добиться этого, пишущие, создавая свои тексты, стремятся уйти от категоричных, резких суждений. Практика "задабривания" аудитории, базирующаяся на и д е о л о г и и и н т е р е с а , привела к тому, что понятие "публицист" выпало из научного обихода и почти повсеместно было заменено на более общее и нейтральное "журналист". Публицист воспринимается современной аудиторией как обвинитель, который не просто указывает на проблему, но своим активным действием высказывания заставляет разрешить проблему. Под обязательным разрешением проблем мы подразумеваем необходимость отклика аудитории на полученное сообщение. Иначе говоря, восприняв некую информацию, человек в итоге д о л ж е н сформировать (пусть даже только для самого себя) свое собственное отношение к проблеме. Публицистика в традиционном смысле воспринимается обществом не только как коллективная совесть, получившая индивидуальное выражение, но в большей степени – в качестве пресса, под давлением которого со временем придется все же обратить внимание на недостатки. Понятно, однако, что функция д а в л е н и я на общество в целом и на каждого индивида в отдельности абсолютно несовместима с идеологией интереса. Д а в л е н и е всегда предполагает некоторые рамки, новая волна эссеизма объясняется как раз большей, чем в других видах словесности, свободой в организации материала. По мысли Михаила Эпштейна, "в глубине эссе заложена определенная концепция человека, которая и придает связное единство всем тем внешним признакам жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях: небольшой объем, конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка, свободная композиция, склонность к парадоксам, ориентация на разговорную речь и т. д." [9, 334]. Специфическая особенность жанра, позволяющая ему адаптироваться в меняющихся условиях среды, заключается в том, что принадлежность или наличие некоторых черт эссеизма в тексте определяется не внешними, "техническими" приемами, которые использовал автор, а внутренней заложенной автором идеей. Внешние же признаки, как отражение этой идеи, могут изменяться, "подстраиваясь" под сиюминутную специфику информационной среды. Принципиально невозможно закрепить жанр эссе, удержать его в раз и навсегда установленных рамках, прежде всего из-за *различия* в масштабах личностей, обращающихся к жанру эссе и эссеизму. Масштаб личности, в конечном счете, определяет масштабность обобщения, к которому выходит автор, отталкиваясь от собственного индивидуального опыта. В эссеистическом произведении любая тема, сколь бы абстрактна она ни была по названию ("О совести"), приобретает конкретность, поскольку всегда вписывается в контекст личного опыта автора.

В современных условиях мы чаще встречаемся с иным проявлением эссеизма. Отталкиваясь иногда от весьма "приземленной" темы, автор восходит затем до некоего обобщения. Не будучи родственным никакому другому жанру в отдельности, эссе вместе с тем соотносится со всеми без исключения жанрами, вбирая в себя лучшее из них: наиболее удачные приемы и стилистические находки. Именно способность меняться адекватно времени, существуя в разнообразных формах, и обеспечивает эссе и эссеизму жизнеспособность в условиях абсолютного недоверия к слову. Концепция агоры, предложенная Р. Жолудем, косвенно подтверждает и обосновывает нашу концепцию "Назад – в будущее". Получив Интернет как трибуну, место, где не просто возможно высказаться, но быть услышанным, люди обратились к жанру эссе как форме, позволяющей говорить и писать о чем угодно, не загоняя себя в одно русло, но "растекаясь мыслью по древу". Проявления новой персональной журналистики нагляднее всего прослеживаются в Интернете, на примере вэблогов. "Вэблог (weblog) или блог – это часто обновляемый сайт, который дает ссылки на различные статьи в Сети и возможность их комментировать. Другими словами, некто при помощи специальных инструментов создает сайт (или пользуется уже созданным ранее ресурсом), где публикует ссылки на какие-то интересные материалы в Сети <...> сопровождает все это своими комментариями или просто пишет о своей жизни, делится своими соображениями о чем-либо и дает возможность читателям все это комментировать" [6, 108]. Ориентация на со-чувствие и сотворчество – отличительная черта эссе как жанра – в традиционных СМИ реализуется опосредованно. Автор "не видит" результата своего воздействия на аудиторию. В случае с блогом реакция на сообщение мгновенна и непосредственна: автор узнает мнение аудитории из ее комментариев, оттолкнувшись от которых, тем или иным образом выстраивает свое следующее сообщение. Эссеистическое повествование позволяет не разбивать авторский текст на фрагменты, но продолжать с той точки, в которой пришлось остановиться в прошлый раз.

Блоги не имеют целью получение прибыли (существуют в основном на бесплатной основе) и конкуренцию с традиционными СМИ, но из-за этой невовлеченности в конкурентный процесс и погоню за новостями (авторы блогов высказываются и дают ссылки только на то, что им самим интересно) люди воспринимают блоги как более чистый информационный канал, так как ни финансово, ни политически канал этот ни от кого не зависит. "В блогах есть та свобода, открытость и безбашенность, которой нелегко достичь в обычной прессе" [6, 108]. Блог существует до тех пор, пока есть интерес читателей. Эссестическая стратегия письма обладает еще одним преимуществом по сравнению с другими возможными стратегиями: "...Обычно тот или иной жанр принадлежит одной определенной сфере освоения действительности. Статья, монография, реферат, комментарий – жанры научные; роман, эпопея, трагедия, рассказ – жанры художественные; дневник, хроника, отчет, протокол – жанры документальные. Эссе же включает все эти разнообразные способы постижения мира в число своих возможностей, не ограничиваясь одной из них, но постоянно переступая их границы и в этом движении обретая свою жанровую или, точнее, сверхжанровую природу" [9, 340-341].

Подобная всеохватность, заключенная в рамках одного жанра, как нельзя лучше подходит для современного человека, погруженного в информационную среду, который не может в силу нехватки времени глубоко изучить предметы, но, благодаря эссеизму, получает возможность высказываться о них со своей точки зрения. В то же время эссе как жанр, своим синтезирующим, синкретичным характером, наследует мифу. Миф возникает как некое стремление к систематизации в условиях, когда человек еще не мыслил себя вне природы. "Синтетизм эссе – это возрождение на гуманистической и личностной основе того синкретизма, который в древности опирался на нерасчлененность первобытного коллектива и имел внеличностную, космическую или теистическую ориентацию" [9, 341].

Примечательно, однако, что, несмотря на определенное, заявленное сходство с мифом в точках максимального соприкосновения, эссе существенно от него отличается: " (1) в эссеистическом мыслеобразе составляющие могут свободно замещаться, одна мысль сочетается с разными образами, тогда как в мифологеме они нерасторжимы; (2) в мифе мыслеобраз отнесен к высшей, абсолютной реальности, тогда как в эссе погружен в реальность становящуюся и обретает бытийную достоверность лишь в точке настоящего, в личном опыте автора; (3) парадигматическая структура мифа является бессознательной и скрывается под сюжетной связью рассказа, тогда как эссе вполне сознательно строится по принципу каталога, варьирования инвариантов, творчески создается по той модели, какую в мифе открывает исследователь; (4) то, что в мифе выступает как издревле заданный обряд, сакральный образец и прецедент, в эссе осмысляется как обычай (один из многих), по контрасту или аналогии с которым выявляется нрав самого автора – сравнение разных обычаев позволяет осуществлять нравственную саморегуляцию личности" [9, 358].

Стремление к целостности осуществляется в "новой мифологии" исходя из активного взаимодействия двух диалектически противоположных принципов: нахождения общего в частном и частного в общем. Процесс борьбы противоположностей обеспечивает достаточную гибкость, позволяющую эссеизированным текстам адаптироваться к быстро меняющейся среде. Эссеизированные тексты не дают ощущения абсолютной целостности, как в случае с традиционной мифологией, но они дают некий ориентир, воспринимаемый в процессе чтения, то есть целостность в эссе – это целостность мгновения и настоящего момента, которая и позволяет современной культуре интенсивно развиваться. Сказанное позволяет нам сделать вывод о том, что эссеизм, взявший на себя роль мифологии, стал, таким образом, играть ключевую, фундаментальную роль в современном информационно ориентированном обществе. Эссеизация текстов есть, по сути, возврат к истокам, к корням. Первоначально человек, стремясь отразить реальность, рассказывал, отталкиваясь от личного опыта и опираясь на него. Воображение и фантазия своим природным источником имеют опыт. Позднее попытки зафиксировать личные впечатления на бумаге, признание их ценности для других трансформировались в литературную форму эссе. Явление эссеизации свидетельствует не столько о стилистическом, сколько о глубинном, кризисном парадигмальном сдвиге, изменившем сам способ восприятия окружающей действительности человеком.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алдошин Т. Место и роль публицистики в современной журналистике /

Т. Алдошин // Стенограмма дискуссии КГУ. – (http://www.mediart.ru).

2. Бик-Булатов А. Место и роль публицистики в современной журналистике /А. Бик-Бу-

латов // Стенограмма дискуссии КГУ. – (http://www.mediart.ru).

3. Дзялошинский И. Место и роль публицистики в современной журналистике / И. Дзялошинский // Стенограмма дискуссии КГУ. – (http://www.mediart.ru).

4. Жолудь Р. В. Интернет, журналистика, СМИ: возвращение к Агоре? / Р. В. Жолудь. – (http://www.21vek.ru).

5. Просветительская журналистика. – (http://www.journ.ru).

6. Сабиров Р. Антигазета / Р. Сабиров // Fakel. – 2002. – №9. – С. 108.

7. Стилл и Аддисон: истоки просветительской журналистики. – (http://www.psujourn.narod.ru/lib/enlight_journ.html).

8. Туманов Д. Место и роль публицистики в современной журналистике / Д. Туманов // Стенограмма дискуссии КГУ. – (http//www.mediart.ru).

9. Эпштейн М. Н. Парадоксы новизны / М. Н. Эпштейн. – М.: Прогресс, 1987. –(http://www.psujourn.narod.ru/lib/epsht_essay.htm).

10. Юкечев В. Выход из “секретных тоннелей” / В. Юкечев // Известия. – 2005. – 17 нояб. – С. 6.

Рецензент – Л.Е. Кройчик.

Статья принята к печати 18.11.2006.

ЗАПРЕТ ЦЕНЗУРЫ И ЗАЩИТА ПРИНЦИПА СВОБОДЫ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

© 2007 А.Г. Рихтер

Московский государственный университет

Свободная массовая информация является одной из основ развитого общества, она выражает т. н. общечеловеческие ценности, помогает раскрыть потенциал личности, является основой духовной жизни общества и инструментом укрепления идентичности государства. В сфере политики без свободы массовой информации не могут развиваться политические партии и иные общественные объединения. Со свободой массовой информации неразрывно связан ряд политических прав, в том числе право на участие в выборах, на проведение митингов и шествий и т. д. Свобода массовой информации способствует поиску эффективных путей реализации национальной политики, формирует стабильные условия для создания и упрочения демократии и правового государства. По мнению И. И. Засурского, "...во многом именно от СМИ и общественного мнения зависит судьба России как демократического правового государства. Основой гражданского общества является разрешение общественных конфликтов с помощью открытых правовых процедур. Именно СМИ сегодня обеспечивают (или не обеспечивают?) открытый характер этих процедур" [3, 7]. В свою очередь, свобода массовой информации является краеугольным камнем основ журналистики в современном обществе.

Информационное общество, к которому в духе экономической и политической глобализации стремятся государства постсоветского пространства, подразумевает высокий уровень развития как средств массовой информации, так и их сопряженности с мировыми открытыми сетями. Вместе с тем информационное пространство должно быть открытым для общества и обеспечивать реализацию интересов граждан [6, 5. См. тж. 4, 61-74]. Антонимом свободы массовой информации некоторые исследователи называют цензуру. И хотя, как отмечалось там же, для достижения свободы массовой информации отмены цензуры мало, необходима свободная реализация всех гражданских и социальных прав и свобод, проблема запрета цензуры не потеряла своей актуальности на постсоветском пространстве. В качестве доказательства можно упомянуть многочисленные оценки ситуации на Украине, далеко не худшей на постсоветском пространстве. Участники парламентских слушаний, состоявшихся как в апреле 1997 года, так и в декабре 2002 года, пришли к общему мнению, что цензура (открытая и скрытая) в украинских СМИ существует [14, 4. См. тж. 13, 3-17].

Запрет цензуры. В постсоветских странах запрет государственной цензуры предстает главным элементом обеспечения свободы производства и распространения массовой информации. Причиной этого является постулат о несовместимости приснопамятной цензуры – олицетворения партийно-государственного контроля над СМИ в СССР – с демократическими институтами современного западного общества, к которому стремятся постсоветские государства. Впервые появившись в законе СССР "О печати и других средствах массовой информации", запрет цензуры перешёл во все без исключения национальные законы о средствах массовой информации. По мере принятия конституций новых независимых государств он стал нормой основных законов в тринадцати из пятнадцати исследуемых стран: Латвии (конституция 1922-1994 гг.), Литвы (1992 г.), Эстонии (1992 г.), Узбекистана (1992 г.), Киргизии (1993 г.), России (1993 г.), Молдавии (1994 г.), Белоруссии (1994 г.), Таджикистана (1994 г.), Грузии (1995 г.), Казахстана (1995 г.), Азербайджана (1995 г.), Украины (1996 г.)[1].

Между тем постсоветская история журналистики исследуемых государств даёт примеры ис-

[1] Две оставшиеся страны – Армения и Туркменистан однозначно запрещают цензуру, но только не в конституции, а в своих законах о СМИ.

пользования механизма предварительных ограничений, которые могут быть подвергнуты сомнению на основании того, что в них отсутствует серьезная конституционная или законодательная основа. Отсутствие такой основы не помешало существованию органов "военной" цензуры в Азербайджане до 1998 года.

Еще более продолжительной была практика официальной цензуры, осуществляемой с советских времен в Узбекистане Главной инспекцией по охране государственных тайн в печати (т. н. УзЛит) при Государственном комитете по печати (Госкомпечати). Его инспекторы работали в редакциях и вмешивались во все вопросы профессиональной деятельности вплоть до редактирования сводок погоды и выбора типа шрифта. Только в мае 2002 года инспекторы были отозваны из редакций, а сам УзЛит был преобразован в группу экспертов. В свою очередь, Госкомпечати – указом Президента страны от 3 июля 2002 года – был реформирован в Узбекское агентство по печати и информации (УзАПИ). При этом в самом президентском указе косвенно признавалось существовавшая практика осуществления цензуры со стороны преобразуемого комитета: "Узбекскому агентству по печати и информации категорически запрещается осуществлять цензуру, редактирование, запреты и иные формы незаконного вмешательства в деятельность средств массовой информации"[2]. Тем не менее, в 2006 году правительством была установлена схожая с цензурой практика представления каждым печатным средством массовой информации Узбекистана ежемесячного отчета и "творческих планов на ближайшую перспективу" в УзАПИ.

Одно из исследуемых государств – Туркменистан и по сей день сохраняет официальную цензуру, хотя в статье 1 национального Закона "О печати и других средствах массовой информации..." ясно говорится, что "цензура массовой информации не допускается". Заметим, что Туркменистан остается государством – участником Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ), он также ратифицировал Международный пакт о гражданских и политических правах ООН. В статье 19 Международного пакта говорится, что "каждый имеет право беспрепятственно придерживаться своих мнений", а ограничения в реализации этого права допускаются только тогда, когда они "предусмотрены законом" и "необходимы" для обеспечения определенных интересов, включая государственную безопасность и общественный порядок. Туркменистанская система цензуры, осуществляемая Комитетом по охране государственной тайны, возможно, и служит интересам сохранения общественного порядка, но явно не имеет законодательной базы, по крайней мере, такой орган не упоминается ни в Законе "О СМИ", ни в Законе "О защите государственных секретов". Применительно к ситуации в Туркмении под цензурой следует понимать всю государственную машину, сознательно нацеленную на контроль над свободой массовой информации. В этом контексте следует рассматривать и вменение в обязанности журналиста соблюдать лояльность Туркменбаши (пожизненному Президенту Туркмении), которая введена через понятие "программы деятельности" средства массовой информации в Закон "О СМИ". Согласно статье 32 этого Закона, журналист обязан осуществлять программу деятельности средства массовой информации, с которым он состоит в трудовых отношениях, и руководствоваться редакционным уставом. Эта программа утверждается учредителем, но поскольку учредителем всех действующих на территории Туркменистана средств массовой информации в той или иной форме является государство, то требование осуществлять политику учредителя означает обязательную лояльность интересам Президента страны.

Отсутствие органов цензуры не мешает властям вводить запретные для освещения в СМИ темы. В Таджикистане табу считается обсуждать темы работы государственной безопасности, наркоторговли, суицида, пограничных споров, олигархов и др. [15, 256].

Неофициально в Узбекистане современным органом квази-цензуры – пресс-службой Президента – запрещено упоминать и обсуждать некоторые явления, например из советского прошлого: СССР, Узбекская ССР, социализм, комсомол, пионерия, и т. п. Сообщается и о запретах местных органов власти распространять информацию о, например, ходе заготовок хлопка-сырца[3]. Наконец, Министерство обороны Узбекистана ввело в августе 2004 года официальную цензуру на все публикации, касающиеся армейской тематики, разослав главным редакторам практически всех республиканских газет официальное уведомление о введении системы согласования с пресс-службой и Отделом по охране тайн в печа-

[2] Источник: http://www. press-service. uz/rus/documents/uk07032002a. htm.

[3] Международный Фонд защиты свободы слова "Адил соз". *Мониторинг нарушений свободы слова в Узбекистане в сентябре 2005 года*. Источник: Сообщение Центра экстремальной журналистики Союза журналистов России от 21.10.2005г. (www. cjes. ru).

ти Министерства обороны *всех* материалов, посвященных армейской тематике[4].

Хотя другие страны на постсоветском пространстве не имеют своих систем официальной административной цензуры, их законы допускают обстоятельства, при которых журналистам может быть предписано воздержаться от распространения тех или иных материалов.

Конституции обычно допускают ограничения в осуществлении права на свободу массовой информации в течение ограниченного периода времени при введении чрезвычайного положения или военного положения. Например, в России ст. 56 Конституции позволяет в условиях чрезвычайного положения и – по аналогии – военного положения устанавливать в целях безопасности граждан и защиты конституционного строя отдельные ограничения прав и свобод с указанием пределов и срока их действия. Такие ограничения предусмотрены федеральными конституционными законами "О чрезвычайном положении" (2001) и "О военном положении" (2002) и могут распространяться на свободу мысли, слова и массовой информации. В соответствии с последним, возможно установление контроля за работой средств массовой информации. Вместе с тем, по российской Конституции ограничению не подлежит ряд других прав: на жизнь, достоинство, неприкосновенность частной жизни, нераспространение информации о частной жизни без согласия лица, свободу совести и вероисповедания, а также комплекс гарантий, обеспечивающих эффективную судебную защиту нарушенных прав.

В ряде конституций других государств устанавливается запрет на ограничение свободы мысли и выражения мнений и убеждений в условиях чрезвычайного положения (Азербайджан, Эстония). В подобных случаях речь, по-видимому, идет о невозможности ограничения личных прав человека и гражданина на самостоятельное формирование своих мировоззренческих установок и убеждений, включая моральные, духовные и религиозные, а не о свободе их выражения, в том числе через средства массовой информации.

Конституционный запрет на осуществление цензуры не является застывшим понятием и развивается в законодательстве о СМИ и правоприменительной практике. При этом происходит расширение этого понятия по мере демократизации политической системы. На Украине Закон о прессе (1992) не допускает "требование предварительного согласования сообщений и материалов, распространяемых печатными средствами массовой информации, а также запрещение распространения сообщений и материалов со стороны должностных лиц государственных органов, предприятий, учреждений, организаций или объединений граждан, кроме случаев, когда должностное лицо является автором распространяемой информации или давшим интервью" (ст. 2). При этом статья 6 равнозначному ему Закона Украины о телевидении и радиовещании (1993), которая также запрещает цензуру, понимала под ней лишь "контроль над идеологическим содержанием передач", позволяя контролировать содержание "информации, охраняемой законом". Данное положение нельзя не признать двусмысленным. Оно могло толковаться как запрет на предварительную цензуру с разрешением государственным органам осуществлять контроль за информацией, охраняемой законом (например, сведениями, составляющими государственную тайну) в уже вышедших в эфир программах. Но это положение может толковаться и как разрешающее предварительную цензуру, но только не по идеологическим, а по другим (политическим, экономическим и т. п.) мотивам. На практике, конечно, специальные цензурные органы на Украине не создавались, а в 2006 году определение цензуры было вовсе исключено при принятии новой редакции Закона о телевидении и радиовещании – в нем остался лишь запрет цензуры.

Отсутствие формулировки в законе о телерадиовещании предполагает необходимость использования определения общего по отношению к нему закона – "Об информации". Тем более что в 2003 году этот закон был дополнен весьма широким определением цензуры. Здесь цензура охарактеризована как "требование, адресованное средству массовой информации, журналисту, главному редактору, организации, выпускающей средство массовой информации, его учредителю (соучредителю), издателю, распространителю, предварительно согласовывать распространяемую информацию (кроме случаев, когда такое требование поступает от автора указанной информации или иного субъекта авторского права и (или) смежных прав на нее), и (или) как наложение запрета (кроме случаев, когда такой запрет налагается судом) или воспрепятствование в любой иной форме тиражированию или распространению информации со стороны органов государственной власти или органов местного самоуправления, их должностных лиц".

Такое широкое определение цензуры позволяет говорить о достаточно надежной гарантии защищенности от одного из самых опасных ви-

[4] Джалилов Т. *Минобороны на страже секретов родины*. Сообщение Центра экстремальной журналистики Союза журналистов России от 04.08.2004 г. (www. cjes. ru).

дов нарушения свободы массовой информации. Схожим, хотя и более кратким представляется определение цензуры, которое содержится в статье 3 Закона РФ о СМИ: любое требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей.

Эти правовые нормы не помешали формированию тенденции в украинских и российских судах накладывать судебный запрет на распространение информации, которая считается клеветнической. Не вполне обоснованным с точки зрения конституционных стандартов свободы слова представляется расширение полномочий органов, осуществляющих контроль над соблюдением избирательного законодательства, по приостановлению деятельности СМИ, не соблюдающих правила проведения избирательных кампаний. Речь может идти и о полномочиях органов прокуратуры приостанавливать деятельность СМИ в случае усмотрения нарушения законодательства о предотвращении экстремистской деятельности (в России, Молдавии и Киргизии). Даже в том случае, когда действия таких органов должны сопровождаться получением соответствующего разрешения суда, появление новых контрольных инстанций и механизмов не может не осложнять реализацию свободы массовой информации.

"Мягкая цензура". Несмотря на законодательный запрет цензуры и отсутствие государственных органов, полномочиями которых являлось предварительное согласование материалов, распространяемых в СМИ, можно говорить о наличии в журналистике многих из исследуемых государств различных форм государственного давления на редакции и журналистов или т. н. "мягкой цензуры".

При этом используемые приемы можно классифицировать по восьми условным группам:

1. *Неформальное распространение рекомендаций редакциям СМИ государственными органами.* Здесь нельзя не упомянуть о практике указаний "сверху" для государственных – а иногда и частных – средств массовой информации о том, как освещать текущие события.

Наибольшую известность такая практика обрела на Украине. Речь идет о т. н. "темниках" – регулярных указаниях из управления информационной политики Администрации Президента в 2001–2004 гг. "Темники" в основном были предназначены для вещателей, хотя, по имеющимся данным, печатным органам также приходилось работать по подобной указке. "Темники" имели название "Дополнительный комментарий к событиям недели для служебного пользования" и содержали "просьбы" акцентировать или не акцентировать внимание на тех или иных новостях, широко освещать или не освещать вовсе те или иные события предстоящей недели. Игнорирование просьб Администрации могло "привести к неприятностям в виде проверок налоговыми органами, судебных исков (просто чтобы попугать), отзыва лицензий и других мер" [9, 38]. Факт распространения "темников" был осужден в Рекомендации 1589 Парламентской ассамблеи Совета Европы, и подобная практика прекратилась с приходом к власти Президента В. Ющенко в январе 2005 года. Но и после этого, по утверждению Н. Томенко, вице-премьера правительства в январе-сентябре 2005 года, из аппарата Президента ежедневно по нескольку десятков раз звонят в новостную службу Первого Национального телеканала, чтобы подсказать, как освещать события.

К этому же виду неформальной цензуры, очевидно, следует отнести и "дружеское давление", просьбы политиков к журналистам воздержаться от публикации тех или иных сообщений, либо, напротив, уделить внимание тем или иным вопросам под определенным углом зрения. По мнению известного российского журналиста Виталия Третьякова, "дружеская цензура – это самый сильный вид существующей сейчас цензуры, помимо тех случаев, когда речь идет о прямых угрозах журналисту"[5].

2. *Отказ государственных или контролируемых государством организаций инфраструктуры СМИ в предоставлении услуг независимым или оппозиционным редакциям.* Примером может служить отказ почтовых и иных ведомств распространять по подписке и в розницу издания, несмотря на ранее заключенные договоры. В Белоруссии, например, первой от такой формы "мягкой цензуры" пострадала некогда ежедневная "Белорусская деловая газета" (сейчас выходит раз в неделю). Последние два-три года она распространяется через магазины, бабушек-распространителей и, организовав подписку прямо в редакции, в конвертах под видом писем. За ней последовали "Народная Воля", профсоюзный еженедельник "Салідарнасць", "Наша Ніва".

[5] Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. – М., 2004. С. 70. См. тж. Печенкин В. *Не надо лишних вопросов. Власти Коми оградили себя от оппозиционных изданий* / Новые известия. – 2006. – 6 апреля.

Наиболее широкое распространение подобная практика получила в 2005–2006 годах. За этот период были исключены из подписных каталогов "Брестский курьер", "Витебский курьер", "Згода", "Товарищ", "Газета Слонимская", "Рэгіянальная газета" (Молодечно), "Belarus today", "Борисовские новости", "Вольнае Глыбокае", "Оска-экспресс" (Слуцк), "Газета для Вас" (Ивацевичи), "Intex-press" (Барановичи), "Мясцовы час" (Пинск). Типичной причиной здесь выдвигалось утверждение о том, что "периодическое издание пользовалось пониженным спросом у населения"[6].

В России также допускаются случаи отказа доставлять подписчикам оппозиционные газеты. В апреле 2003 года, в канун кампании по выборам президента Карачаево-Черкесской Республики руководство управления почтовой связи КЧР отказалось распространять газеты "Джамагат" (на карачаевском языке), "Возрождение республики" и "Черкесск". Как отмечало информационное агентство Regnum, "никто не скрывает, что главе республиканских почтовиков такое распоряжение поступило сверху". Эта история окончилась тем, что 7 мая того же года антимонопольное управление КЧР вынесло решение в пользу изданий, а в случае отказа почтовиков распространять газеты их ожидал штраф от 200 до 500 тысяч рублей[7].

Схожей формой цензуры на практике следует признать отказ печатать оппозиционные СМИ в государственных типографиях. И здесь Белоруссия, а также Таджикистан и Казахстан, дают наибольшее число негативных примеров [15, 166]. Крупнейшие из типографий Белоруссии находятся в подчинении Министерства информации. Первой в результате отказа печатать пострадала "Белорусская деловая газета", выход которой в 2003 году был приостановлен Министерством информации на 3 месяца. В рамках этой кампании типография "Красная звезда" в одностороннем порядке расторгла договор с газетой. Так же типография поступила и с другими негосударственными газетами, поддержавшими "БДГ". В течение последующих лет давление властей на рынок информации только усиливалось. И хотя в это же время минская типография преобразовалась в акционерное общество, ее политика в отношении неугодных властям частных изданий не изменилась. В октябре 2005 года "Красная звезда" также в одностороннем порядке отказалась печатать газету "Народная воля". В этих условиях продолжающие бороться за выживание газеты вынуждены печататься за пределами страны – в Литве или на Смоленском полиграфическом комбинате в России[8]. Но и здесь возникают трудности – теперь уже с ввозом в Белоруссию отпечатанных тиражей, а накануне президентских выборов в марте 2006 года от договоров печатать эти издания отказалась и типография в Смоленске.

В Таджикистане основная типография (издательства "Шарки озод") подконтрольна Исполнительному аппарату Президента страны. Руководство этого издательства не раз отказывало в печатании неугодных властям изданий. Так, 23 августа 2004 года главный редактор еженедельника "Наджот" (орган Партии исламского возрождения Таджикистана) А. Давлатов обратился к директору издательства "Шарки озод" М. Додохонову с письменной просьбой о предоставлении газете типографских услуг. Однако последний, не объясняя причин, заявил, что издательство не имеет возможности печатать "Наджот". Главный редактор заявил, что он будет вынужден жаловаться в аппарат Президента. На что директор ответил: "Ваше право, вы можете жаловаться куда вам захочется, но мы вашу газету печатать не будем". Наряду с этим оказывается негласное давление на руководителей частных типографий, с тем чтобы воспрепятствовать изданию независимых и оппозиционных партийных газет – "Неруи Сухан", "Рузи нав", "Одаму олам" и "Адолат". Руководители типографий под различными предлогами отказываются печатать негосударственные издания, так как боятся потерять свой бизнес, ведь власть имеет возможность воздействовать на них через фискальные и другие контролирующие органы. По утверждению главного редактора Д. Атовуллоева издающейся в России опальной газеты "Чароги руз", власти Таджикистана препятствуют в ее распространении не только на территории Таджикистана, но и среди таджикской диаспоры в Москве[9].

Наконец, нельзя не отметить факты замены ретранслируемых из России или из заграницы

---

[6] Комсомольская правда – Минск. – 2005. – 9 декабря. См. тж. Media Sustainability Index 2004. The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia. – Washington, 2005. – P. 168.

[7] Дайджест Фонда защиты гласности, № 135 (26 мая 2003г.)

[8] Клишевич Тихон. Ужасный год для независимых СМИ (2005). Статья размещена в Интернете на сайте радиостанции "Немецкая волна" по адресу: http://www. dw-world. de/dw/article/0,2144,1839393,00. html.

[9] См. Отчет Национальной ассоциации независимых СМИ Таджикистана "Свобода слова в Таджикистане (1999-2004 гг.)".

политических программ телевидения. Типичным для ретрансляторов в Средней Азии является замена в сетке вещания информационной программы "Время", а также некоторых сериалов и документальных фильмов (тематически связанных со странами региона) на местные развлекательные передачи. Вопиющим случаем следует признать практику оператора эфирно-кабельного телевидения "Космос-ТВ" в Белоруссии заменять мультфильмами те передачи международного русскоязычного канала RTVi, которые посвящены положению в этой стране. А с середины марта 2006 года на весь период президентской кампании канал был вовсе недоступен белорусским телезрителям.

3. *Ограничения в предоставлении информации и рекламы неугодным СМИ.* В Белоруссии в 1996 году было объявлено, что журналистам независимых газет доступ на заседания белорусского парламента закрыт. Через два года был введен негласный запрет Совета Министров должностным лицам органов власти предоставлять информацию не принадлежащим государству СМИ[10].

В декабре 1993 года лишил аккредитации корреспондентов трех оппозиционных изданий и агентства новостей МИД Армении, ссылаясь на нарушение ими журналистской этики [2, 77].

Аналогичные случаи происходили и в России. Например, в Туле права присутствовать на еженедельных планерках городской администрации лишились журналисты всех изданий кроме муниципальной газеты "Тула" [10, 85].

Подобная практика распространена в Казахстане, да и других странах СНГ[11]. В некоторых из них наблюдается давление органов государственной власти на рекламодателей с тем, чтобы они не предоставляли рекламу в неугодные СМИ. Рекламодатели, понимая, что сами зависят от чиновников, вынуждены подчиниться, в результате чего многие издания (например, в Азербайджане), лишившись средств от рекламы, закрываются или, не выдержав экономических трудностей, следуют политике соглашательства с властями[12]. Здесь же следует упомянуть практику размещения рекламы государственных компаний исключительно в лояльных СМИ.

4. *Злоупотребление государственными субсидиями и монопольными услугами.* Речь идет о практике финансирования государственных и общественных телерадиокомпаний в узких политических целях, когда деньги налогоплательщиков и общественные блага ставятся на службу групповым и частным интересам.

5. *Злоупотребление регулирующими и контрольными функциями.* Здесь речь идет о действиях, направленных против свободы слова, но прикрываемых правовыми или рыночными механизмами. В качестве примера можно привести манипулирование конкурсами на лицензирование вещателей с тем, чтобы поддержать политических сторонников и лишить эфира оппозицию и независимые СМИ (подробнее см. параграф II.4); проведение налоговых, трудовых и иных инспекций по избирательному принципу, когда наказания удостаиваются только те, на кого нужно оказать политический нажим. Причем в этих случаях жертвами санкций могут становиться не только непосредственно медиа-компании, но и другие сферы бизнеса, в которые вовлечены владельцы критически настроенных СМИ.

Уникальная ситуация сложилась в Таджикистане. После принятия в июле 2004 года нового закона "О государственной регистрации юридических лиц" возникла путаница в вопросах регистрации СМИ, так как этими полномочиями стали обладать и органы Минкультуры, и органы Минюста. На практике, Минюст не стал выдавать регистрационные свидетельства, а Минкульт приостановил эту практику. Несколько десятков заявителей на выпуск газет не могли получить разрешений, необходимых для их выхода в свет. С каждым годом ужесточается практика регистрации негосударственных изданий в Белоруссии, все чаще государство приостанавливает их деятельность [15, 162]. Чтобы приступить к работе, СМИ должны получить согласие от местных властей на создание редакции по указанному адресу. В регистрации могут отказать по самым разным и откровенно мелким причинам – например, в случае, когда у учредителя нет диплома о журналистском образовании (в Гродно в 2002 году власти города отказались утвердить заявку на регистрацию газеты "Разам!", поскольку она поступила от сту-

---

[10] См.: Пресса под прессом политики. Свобода СМИ: ситуация в Беларуси, Молдове и Украине. Артикль 19. Лондон, 2003. С. 49, 68, 102. См. тж. Вероника Лабкович. Монополия на информацию (2006). Статья размещена в Интернете по адресу: http://www. euramost. org/? artc=5634.

[11] Однако на Украине солидарность журналистов с газетами, лишившимися права присутствовать на заседаниях мэрии г. Сумы, привела в 2004 году к отмене дискриминационного запрета. См. Media Sustainability Index 2004. The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia. – Washington, 2005. – P. 207.

[12] Информационное агентство Туран (Баку), сообщение от 19.07.05.

дента)[13] или на том основании, что редактор привлекался к административной ответственности (как произошло с отказом в регистрации минской газеты "Наша нива")[14]. В мае 2005 года все негосударственные издания, в названии которых были слова "белорусский" или "национальный", были вынуждены пройти перерегистрацию.

В Казахстане 6 июня 2005 года пять юридических лиц подали в Комитет информации и архивов заявления о регистрации новых изданий – газет "Деловое обозрение. Республика", "Наша Республика. Обзор событий недели", "Республика – факты, события, люди. Калейдоскоп недели", "Республиканские новости. Деловое обозрение", "Республика – наш мир. Аналитический еженедельник". Не получив в установленный законом срок никакого ответа, претенденты на издания новых СМИ подали в суд иски о признании незаконным бездействия Комитета информации и архивов Министерства культуры, информации и спорта (МКИС) в отношении заявлений о постановке на учет (регистрации). На состоявшемся спустя несколько месяцев заседании суда представитель Комитета предъявил свидетельства о постановке на учет пяти СМИ с теми же, достаточно сложными названиями, выданные некоему физическому лицу накануне получения заявок от истцов, а именно 25 мая 2005 года[15].

В ряде постсоветских государств, прежде всего среднеазиатских, действует лицензирование издательской деятельности, ограничивающее выход на рынок услуг печатным СМИ независимых компаний. В Армении с 15 декабря 2005 года вступил в силу закон "О почтовой связи", требующий от лиц, занимающихся распространением печатной продукции, получения лицензии и ежегодного взноса в бюджет страны 5 млн драмов (более 11 тыс. долл. США). Лицензирование, а также контроль деятельности предприятий-распространителей печати производит "АйПост" (Армянская почта), которая сама осуществляет данную деятельность[16].

Что касается контрольных функций, то, по мнению исследователей, наиболее действенным способом "укрощения строптивых" являются проверки налоговых органов. На Украине в 1999–2000 гг. была проверена деятельность 843 предприятий СМИ и в 706 случаях были найдены нарушения [5, 22-23].

6. *Злоупотребление законами о диффамации.* Его основой является существенная зависимость судов от исполнительной власти и их коррумпированность. Как следствие, не составляет большого труда добиться обвинительных решений против неугодных журналистов или редакторов. В зависимости от законодательства конкретной страны наиболее эффективными могут быть уголовные наказания либо штрафы, возмещение ущерба.

7. *"Внутренняя цензура"*, при которой редакторы или владельцы СМИ под давлением государства препятствуют публикации или передаче сообщений, подготовленных журналистами. В качестве одного из примеров актов внутренней цензуры можно привести события, развивавшиеся вокруг аналитической программы "Намедни" российского канала НТВ. 30 мая 2004 года в указанной программе по решению исполняющего обязанности гендиректора телеканала Александра Герасимова был снят с эфира сюжет "Выйти замуж за Зелимхана". Это был рассказ об обстоятельствах процесса над сотрудниками спецслужб России, которых правоохранительные органы Государства Катар подозревали в убийстве одного из лидеров чеченских сепаратистов – Зелимхана Яндарбиева. Сюжет уже прошел на Дальний Восток, но Герасимов в категоричной форме запретил его показ на европейской части территории России. По словам ведущего программы Леонида Парфенова, запрет был обусловлен просьбами представителей российских спецслужб. Журналист потребовал издать письменное распоряжение о снятии с эфира материала. Распоряжение было издано, а затем, по инициативе журналиста, опубликовано в газете "Коммерсант"[17]. Публикация документа сопровождалось интервью, в котором журналист рассказывал о своем мнении по отношению к сложившейся ситуации. Ситуация получила свое разрешение 1 июня 2004 года, когда руководством

---

[13] См.: Пресса под прессом политики. Свобода СМИ: ситуация в Беларуси, Молдове и Украине. – Артикль 19. – Лондон, 2003. – С. 49, 102. См. тж. Лабкович Вероника. Монополия на информацию (2006). Статья размещена в Интернете по адресу: http://www. euramost. org/? artc=5634.

[14] Авимова Ксения. *Под угрозой закрытия* / газета "Белорусский Рынок" (Минск), 24 апреля 2006 г.

[15] Калеева Т. *Ситуация со свободой слова в Казахстане в 2005 году. Аналитический доклад.* Источник: http://www. adilsoz. kz/site. php? lan=russian&id=492.

[16] *Еженедельный бюллетень Ереванского пресс-клуба, 2-8 июня 2006г.*

[17] Текст распоряжения, а также подробное описание сложившейся ситуации доступны в сети Интернет по адресу: http://www. newsru. com/russia/31may2004/zelim. html#2.

НТВ было принято решение о закрытии программы "Намедни" и увольнении Л. Парфенова с канала.

8. *Внеправовое давление* – наиболее уродливая форма "мягкой цензуры". К нему относятся действия влиятельных чиновников и политиков, использующих откровенно противозаконные методы: давление на частный бизнес с тем, чтобы рекламные потоки шли в нужном направлении; прямое вмешательство в редакционную политику или содержание отдельных публикаций (передач) посредством так называемой "телефонной цензуры" или подкупа журналистов, редакторов; применение физического насилия или угроз насилия в отношении журналистов, изъятие тиражей. Так, в отчете представителя ОБСЕ по свободе прессы Миклоша Харашти о состоянии свободы массовой информации в Азербайджане, распространенного в июле 2005 года, приводятся многочисленные примеры насилия над журналистами. Вопиющим ударом по свободе массовой информации в нем признано убийство журналиста Эльмара Гусейнова в 2004 году, связанное с его профессиональной деятельностью и имеющее политические предпосылки. В части отчета, посвященной применению силы против журналистов, говорится: "После октябрьских демонстраций 2003 года 70 журналистов обратились в Совет прессы[18] по причине того, что подверглись грубому отношению со стороны чиновников... Ни один сотрудник полиции не был привлечен к ответственности".

В мае 2005 года, несмотря на то, что освещавший митинг оппозиции в Баку журналист Фарид Теймурханлы был одет в специальный жилет с надписью "PRESS" (который выдается Советом по прессе), он был жестоко избит сотрудниками правопорядка. В этом случае впервые был уволен с работы сотрудник полиции, несший ответственность за это происшествие[19]. Там же, как отмечал бакинский Институт прав медиа, зафиксированы факты физического давления на частных распространителей прессы. Например, указывается, что в мае 2003 года "специальные отряды", по указанию высокопоставленных госчиновников, нападали на уличных распространителей газет, избивали их, изымали и уничтожали оппозиционные издания[20].

Если в 2004 году казахстанский правозащитный фонд "Адил соз" отметил 3 факта изъятия газет у распространителей, то в 2005 году это нарушение приобрело массовый характер – зафиксировано 69 случаев, все – оппозиционных изданий и все – в предвыборный период[21]. Факты конфискации тиражей под предлогом проверки накладных были зарегистрированы и в Белоруссии накануне президентских выборов 2006 года.

Говоря о многочисленных случаях физического насилия над журналистами, нельзя не принимать во внимание то, что важной причиной сложившейся ситуации является общая криминогенная обстановка на постсоветском пространстве, низкая "цена" человеческой жизни и безопасности. Сегодня с таким мнением соглашаются даже лидеры журналистских ассоциаций.

Мы считаем, что результатом всех этих видов "мягкой цензуры" стало широко распространенное в большинстве постсоветских государств явление "самоцензуры" журналистов. Под ней мы понимаем внутренние ограничения, устанавливаемые самими журналистами при определении того, насколько свободно они могут реализовать свою свободу слова в освещении политических и иных событий.

Факт существования самоцензуры является уже общепризнанным, налицо и последствия этого сложившегося явления в постсоветской журналистике[22]. По утверждению нью-йоркского Комитета защиты журналистов, на Украине "частные производители телевизионной продукции вынуждены прибегать к самоцензуре в случаях, когда речь идет об острых политических вопросах, если они хотят, чтобы их программы транслировались общенациональными каналами"[23]. Руководитель свердловского областного Союза журналистов Дмитрий Полянин считает,

---

[18] Совет прессы – орган саморегулирования журналистов в стране.

[19] Источник: Центр экстремальной журналистики Союза журналистов России, сообщение от 27 июля 2005 г.

[20] Источник: http://baku. vlasti. net/? Screen=news&id=15772®ion=baku.

[21] Калеева Т. Ситуация со свободой слова в Казахстане в 2005 году. Аналитический доклад // Источник: http:// www. adilsoz. kz/site. php? lan=russian&id=492.

[22] См., напр., Азимов Орифджон. Аналитический отчет по результатам мониторинга состояния свободы слова за 2005 год / *"СМИ и право" (Душанбе). № 1(13), май, 2006.* Следует отметить, что корни этого явления уходят в середину 1990-х годов, когда оно складывалось еще под давлением частных владельцев СМИ. По мнению исследователей, журналисты шли на самоцензуру, "дабы только не обидеть не только своих, но и чужих олигархов". (См. Качкаева А. Г. Российские средства массовой информации, власть и капитал (к вопросу о концентрации СМИ в России) // Правовое регулирование концентрации и прозрачности СМИ / Под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М., 2000. – С. 63.).

что результатом давления на журналистов и появившейся в результате этого самоцензуры стало то, что "большинство СМИ не трогают "острые" темы, стало меньше журналистских расследований"[24]. Уходя от обсуждения наиболее острых политических тем, журналисты и редакторы все больше ориентируются на коммерчески привлекательную продукцию – материалы развлекательного, в том числе эротического содержания, сообщения и аудиовизуальную продукцию, как правило, насыщенные сценами насилия и жестокости[25].

В свою очередь, данная продукция СМИ приводит к тому, что в обществе распространяется недовольство самим институтом свободы массовой информации. К примеру, в соответствии с опубликованными в июне 2005 года данными Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) более 80 процентов граждан России считают необходимым ввести цензуру на телевидении. При этом основными источниками недовольства для россиян являются именно программы, пропагандирующие насилие и жестокость, а также реклама[26].

Анализ складывающихся отношений позволяет нам сделать важный для понимания процессов постсоветской журналистики вывод, что в сфере массовой информации возникает "круговоротная реакция". Она заключается в следующем: под давлением государства журналисты уходят от освещения острых политических тем и обращаются к легким низкопробным жанрам, "бульварный" характер материалов СМИ вызывает раздражение общества в отношении современной журналистики, что, в свою очередь, позволяет органам власти, не опасаясь общественного протеста, ещё больше усиливать давление на журналистов и свободу массовой информации.

Права журналистов. Журналист является главным субъектом свободы массовой информации[27]. В этой связи необходимо исследовать, какой объем прав гарантируется журналистам на постсоветском пространстве в законодательстве и насколько он реализуется на практике.

Западные исследователи постсоветской журналистики и ее правового регулирования указывают на необычайно широкий ("больший, чем обычно в западной практике") пакет профессиональных прав журналистов и высокий уровень редакционной независимости, который предоставляет законодательство о СМИ России и других стран "переходного периода". "В Соединенных Штатах, как и во многих других национальных системах, не существует гарантии "независимости" редактора от издателя, сколь желанной ни кажется эта цель", – пишет американский исследователь Монро Прайс [8, 127].

Действительно, как союзный закон "О печати...", так и законы о СМИ, принятые в постсоветских государствах, включают определенный набор прав журналиста, обычно объединенных в одной из статей. Исходя из целей настоящего исследования, представляется возможным распределить эти права по критерию их содержания на две группы: 1) права, связанные с поиском, получением и распространением информации; 2) внутриредакционные права журналистов.

В первой группе прав мы выделяем право не столько искать, получать и распространять информацию (так или иначе, присущее каждому по конституции), сколько специфическое для работы редакции и журналиста право *запрашивать* информацию. Именно в силу этого права практически повсеместно на постсоветском пространстве журналист, выполняя общественный долг, обрел возможность получения информации из государственных и общественных источников, даже если эта информация не затрагивает его прав и законных интересов. Это происходило и происходит уже в силу профессионального статуса журналиста, который использует прописанную

---

[23] Законодательный бюллетень для средств массовой информации (Киев). – 1998. – № 4. –С.23. См. тж. *Политическая цензура в Украине, по мнению журналистов, существует.* Украинский медиа-бюллетень (Киев). – 1997. – – № 3. С. 9-11.

[24] Сообщение Центра экстремальной журналистики Союза журналистов России от 27.02.2006 г.

[25] Наблюдатели отмечают сокращение программ новостей и общественно-политических передач на телевидении в Казахстане, Киргизии, Таджикистане, Узбекистане и др. странах. См.: Media Sustainability Index 2004. The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia. – Washington, 2005. – P. 228, 242, 256, 270.

[26] Данные исследования размещены на сайте ВЦИОМ в сети Интернет по адресу: http://www. wciom. ru/?pt=45&article=1376.

[27] Под журналистом право понимает лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию (ст. 2 Закона РФ "О СМИ"). Схожие определения мы находим в Законе Азербайджана "О СМИ" (ст. 49), Законе "О массовой информации" Армении (ст. 3) и т. д.

в тех же законах процедуру и не обязан обосновывать необходимости в получении информации. Хотя на сегодняшний день специальная процедура ответа на запрос редакции сформулирована в законах о СМИ лишь четырех государств на постсоветском пространстве – Азербайджана, Белоруссии, Казахстана и России[28], указанное право запрашивать информацию представляется краеугольным во всей группе прав, связанных с поиском и получением информации. Формами реализации права на запрос информации являются, на наш взгляд, право получать доступ к документам и материалам, а также право копировать, публиковать либо воспроизводить иным способом документы и материалы и право делать записи, в том числе с использованием средств аудиовизуальной техники, кино- и фотосъемок, при ее информации. Эти права, разумеется, реализуются с исключениями, предусмотренными законом и касающимися необходимости сохранять государственную, коммерческую либо иную специально охраняемую законом тайну и т. п.

К этой же группе относятся так или иначе сформулированные в законах разных стран права журналиста присутствовать на митингах, демонстрациях, посещать запретные для посторонних зоны чрезвычайного положения, стихийных бедствий и катастроф, места других общественно важных событий и передавать оттуда информацию.

К правам второй группы следует отнести, прежде всего, право на внутриредакционную профессиональную независимость журналиста. По нашему мнению, оно определяется как право отказаться от подготовки и опубликования материала, если он противоречит его убеждениям; право высказывать свои личные мнения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью, и право снять свою подпись под материалом либо сам материал, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки. Законы некоторых стран (Киргизии, Узбекистана) указывают на такое право журналистов, как отказаться от данного ему редакцией задания, если оно связано с нарушением закона (законы других стран рассматривают это как обязанность журналиста) или даже этических норм (как в Литве).

К этой же группе, по нашему мнению, относится право журналиста на сохранение в тайне авторства сообщения СМИ и источников информации, соблюдения которого его обладатель ожидает, прежде всего, от редакции.

Определенную уникальность представляет собой право журналиста – штатного сотрудника редакции принимать участие в обсуждении и принятии устава СМИ – основного документа, определяющего отношения внутри редакции, отношения редакции и учредителей, а также такие вопросы, как права на наименование СМИ. Участие работника в принятии устава организации, в которой он трудится, будь то частной или государственной, представляет собой исключительную практику. Законодательство о СМИ некоторых постсоветских государств закрепило такое право журналистов по причине общественной важности гарантировать их профессиональную независимость, как от учредителя (владельца), так и от главного редактора. Устав редакции в силу повсеместного отсутствия коллективных договоров между журналистами и владельцами СМИ стал тем барьером, который в состоянии сдерживать, если не предотвращать, давление последних на редакционную независимость. Об этом, в частности, говорит редакция 2006 года Закона Украины "О телевидении и радиовещании", которой вводится запрет собственнику телерадиоорганизации вмешиваться в её творческую деятельность иным способом, чем через внесение изменений в редакционный устав (п. 3 ст.57). В силу этих обстоятельств указанное право представляется нам важнейшим среди внутриредакционных прав журналиста.

Ответственность за нарушение прав журналиста. Воспрепятствование осуществлению законных прав журналиста представляет собой уголовное преступление в ряде стран бывшего СССР. Диспозиция статей уголовных кодексов некоторых государств была скопирована с Модельного уголовного кодекса СНГ – рекомендательного законодательного акта, принятого Межпарламентской Ассамблеей государств – участников Содружества Независимых Государств 17 февраля 1996 года. В статье 166 этого акта говорится, что под этим понимается воспрепятствование в какой бы то ни было форме законной профессиональной деятельности журналиста, а равно принуждение его к распространению либо отказу от распространения информации, соединенное с угрозой насилием, уничтожением или повреждением имущества, распространением клеветнических измышлений или оглашением иных сведений, которые потерпевший желает сохранить в тайне, а равно путем угрозы ущемлением прав и законных интересов журналиста. Это подтверждают статья 198 УК Белоруссии и статья 162 УК Таджикистана.

Принятый позже модельного закона Уголовный кодекс РФ от 13 июня 1996 г. (ст. 144) гово-

[28] Подробнее см. Рихтер А. Г. Содействие доступу журналистов к информации в России и других странах бывшего СССР. – Вестник ВГУ. – 2006.

рит об ответственности за "воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов путем принуждения их к распространению либо к отказу от распространения информации". Мы видим, что под воспрепятствованием деятельности журналиста понимается здесь более узкая диспозиция преступления. Это определение было без изменений скопировано в принятых позднее уголовных кодексах Грузии (ст. 154), Казахстана (ст. 155), Киргизии (ст. 151). Уголовные кодексы Туркменистана и Узбекистана не обнаруживают состава такого преступления вовсе.

Вне зависимости от того, насколько широко определено нарушение прав журналистов, практика наказания за это преступление чрезвычайно ограниченна на постсоветском пространстве. Это происходит на фоне международного осуждения практически всех стран СНГ за факты принуждения и насилия в отношении журналистов в связи с выполнением ими своего профессионального долга. Речь идет о разнообразных докладах Парламентской Ассамблеи Совета Европы, Специального представителя ОБСЕ по вопросам свободы печати, а также правозащитных организаций, таких как "Репортеры без границ" (Париж), "Статья 19" (Лондон), Комитет защиты журналистов (Нью-Йорк).

О соотношении числа преступлений против журналистов и числа наказаний виновных лучше других говорит практика в Казахстане. В 2005 году мониторинг правозащитного фонда "Адил соз" зафиксировал 53 случая воспрепятствования законной профессиональной деятельности. Фактически их гораздо больше, но журналисты чаще всего не предпринимают правовых действий в свою защиту. Это объясняется нежеланием тратить силы и время на выполнение многочисленных процедурных формальностей, а также неверием в эффективность правосудия. За все годы действия Уголовного кодекса 1997 года фондом "Адил соз" зафиксированы единичные случаи обращения журналистов в суд за защитой своих профессиональных прав, и только однажды журналисту удалось добиться победы. В ноябре 2005 года судья Уральского городского суда вынесла приговор по жалобе корреспондента городского радио Мухамбета Утиева о воспрепятствовании профессиональной деятельности журналиста к руководителю штаба кандидата в президенты Жармахана Туякбая по Западно-Казахстанской области Василию Шамину. Поводом для иска послужили события, произошедшие на встрече Ж. Туякбая с жителями г. Уральска. Во время выступления Ж. Туякбая М. Утиев подошел к трибуне и, используя мегафон, попытался задать вопрос. В. Шамин приказал охранникам навести порядок, те вывели Утиева с площадки и забрали у него мегафон. Утиев указал в жалобе, что Шамин воспрепятствовал его профессиональной деятельности и назвал его провокатором. Суд обязал Василия Шамина выплатить сто тысяч тенге в качестве штрафа[29].

В России, по сведениям Главного информационного центра МВД РФ, в 1998 году по статье 144 зарегистрировано 12 преступлений, в 1999 и 2000 годах – всего по четыре преступления. В июне 2006 года в Северной Осетии был осужден по ст. 144 в совокупности со статьей 286 (превышение должностных обязанностей) милиционер Г. Тотоев, обвиненный в нанесении телесных повреждений журналистке Первого канала Ольге Кирий. Он приговорен к лишению свободы на три с половиной года за то, что после взрыва возле зала игровых автоматов во Владикавказе не дал журналистке совершить съемку в здании больницы и избил ее[30].

Выводы. Мы считаем доказанным, что на постсоветском пространстве запрет государственной цензуры по-прежнему выступает основным элементом защиты прав журналистов. Запрет цензуры стал нормой конституций и (или) законов о СМИ всех исследуемых государств. Он соответствует международным обязательствам этих стран как членов ООН и ОБСЕ. На практике, однако, всё это не препятствует органам государственной власти Туркменистана, а ранее – Азербайджана и Узбекистана, применять цензурные функции в отношении СМИ и журналистов. Даже при отсутствии органов цензуры в некоторых странах журналистам запрещено упоминать и обсуждать те или иные политические и социальные явления. Следует упомянуть в данном контексте существующий на Украине и в России судебный запрет на распространение информации, которая считается клеветнической, а также законодательную возможность ограничения свободы массовой информации в условиях военного и чрезвычайного положения.

Нами выявлены и определены восемь видов "мягкой цензуры", существующей в журналистике постсоветских стран: неформальное распространение рекомендаций редакциям СМИ государственными органами, отказ государственных или контролируемых государством организаций инфраструктуры СМИ в предоставлении услуг независимым или оппозиционным редакциям, ограничения в предоставлении информации и рекламы неугодным СМИ, злоупотребление го-

---

[29] Калеева Т. Ситуация со свободой слова в Казахстане в 2005 году. Аналитический доклад // Источник: http://www. adilsoz. kz/site. php? lan=russian&id=492.

[30] Сообщение эксперта Центра экстремальной журналистики (Москва) от 23.06.2006 г. (www. cjes. ru).

сударственными субсидиями и монопольными услугами, злоупотребление регулирующими и контрольными функциями, злоупотребление законами о диффамации, "внутренняя цензура" и внеправовое давление на журналистов.

Результатом всех этих форм "мягкой цензуры" является "самоцензура" журналистов, а именно внутренние ограничения, устанавливаемые самими журналистами при определении того, насколько свободно они могут реализовать свою свободу слова в освещении политических и иных событий.

Анализ складывающихся отношений позволяет нам считать доказанным, что в сфере массовой информации возникает "круговоротная реакция": под давлением государства журналисты обращаются к низкопробным жанрам, "бульварный" характер материалов СМИ вызывает раздражение общества в отношении журналистики, что, в свою очередь, позволяет органам власти, не опасаясь общественного возмущения, ещё больше усиливать давление на журналистов и свободу массовой информации.

В последние годы отмечается важная положительная тенденция. Ее содержание заключается в том, что высшие суды ряда постсоветских государств приняли постановления, разъясняющие законодателям и правоприменителям необходимость учитывать в своей работе необходимость соблюдения принципа свободы массовой информации.

Считая, что журналист является главным субъектом свободы массовой информации, мы исследовали объем прав, гарантируемый журналистам на постсоветском пространстве в законодательстве, и насколько он реализуется на практике. Нами определены две группы таких прав: 1) права, связанные с поиском, получением и распространением информации; и 2) внутриредакционные права журналистов. Обоснован вывод о преждевременности изъятия положений о правах журналиста и редакционном уставе СМИ из Законов о СМИ стран переходного периода.

Представлены доказательства того, что имеющиеся в уголовном законодательстве стран бывшего СССР нормы об ответственности за воспрепятствование осуществлению законных прав журналиста на практике применяются крайне редко, особенно в контексте многочисленных жалоб и протестов в связи с практически повсеместными нарушениями этих прав.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азимов Орифджон. Аналитический отчет по результатам мониторинга состояния свободы слова за 2005 год / Орифджон Азимов // СМИ и право. – Душанбе. – 2006. - № 1(13).

2. Асриян Ованес. Армения: возвращение к тоталитаризму? / Ованес Асриян // Судьи и журналисты в странах Восточной Европы в период перехода к демократии. – Спб., 2000. – 261 с.

3. Засурский И. И. СМИ России в условиях глобальных процессов трансформации: Формирование новой системы средств информации и их роль в политической жизни страны. 1990-1998 гг.: Дис. ...канд. филол. наук / И. И. Засурский. – М., 1998.

4. Засурский Я. Н. Искушение свободой / Я. Н. Засурский. – М., 2004. – 457 с.

5. Иванов В. Теория и практика права масс-медиа в Украине / В. Иванов // Сборник аналитических докладов по современному состоянию законодательства о СМИ в странах СНГ и Прибалтики. – М., 2004. – С. 7-41.

6. Информационное общество: информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / Под ред. М. А. Вуса. – СПб., 1999. – 212 с.

7. Качкаева А. Г. Российские средства массовой информации, власть и капитал (к вопросу о концентрации СМИ в России) / А. Г. Качкаева // Правовое регулирование концентрации и прозрачности СМИ / Под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М., 2000. – С. 30-100.

8. Прайс Монро. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / Монро Прайс. – М., 2000. – 335 с.

9. Пресса под прессом политики. Свобода СМИ: ситуация в Беларуси, Молдове и Украине. – Артикль 19. – Лондон, 2003. – 112 с.

10. СМИ в информационном взаимодействии власти и общества. Материалы всероссийской конференции. – М., 2005. – 272 с.

11. Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом / В. Т. Третьяков. – М., 2004. – 623 с.

12. Шевченко Т. Новые средства судебной защиты в делах против СМИ и журналистов в Украине / Т. Шевченко // Сборник аналитических докладов по современному состоянию законодательства о СМИ в странах СНГ и Прибалтики. – М., 2004. – С. 119-129.

13. Політична цензура в Україні: етапи, впровадження, механізми здійснення. Центр Разумкова / Національна безпека і оборона. – 2002. - № 11.

14. Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи. – Київ: Парламентське видавництво, 1997. – 136 с.

15. Media Sustainability Index 2004. The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia. – Washington, 2005. – 275 pp.

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 16.10.2006.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

© 2006 В.И. Сапунов

Воронежский государственный технический университет

Неолиберальная теория глобализации предоставляет мощное идеологическое прикрытие агрессивной сущности современного капитала, продвижению его классовых интересов. Понятие глобализации оказалось весьма удобным потому, что представляло описываемый им процесс как естественный, неизбежный и безальтернативный, а кроме того, связанный с развитием технологий. Более того, ортодоксальные приверженцы глобализации заверяют, что она несет миру больше положительного при неизбежных издержках. Как писал Г. Киссинджер, "Американская предприимчивость сформировала широкие рынки и породила стандарты личного потребления, которые в предшествующие века были доступны только самым богатым людям" [1, 235].

Одним из главных компонентов неолиберального дискурса в международных отношениях является свободная торговля, которая должна увеличивать эффективность экономик и максимизировать благосостояние населения. Чтобы поддерживать свободную торговлю, организации – оплоты неолиберализма (прежде всего ВТО) делают все для ограничения и блокирования государственного и общественного регулирования экономической деятельности.

Например, Договор о связанных с торговлей аспектах прав на интеллектуальную собственность (ТРИПС) резко ограничивает возможность государств отказывать в патентировании определенной продукции или контролировать использование продукции, запатентованной в других странах (включая обязательное лицензирование для обеспечения доступности жизненно необходимых медикаментов). Договор о связанной с торговлей инвестиционной политике (ТРИМС) ограничивает возможность государств предъявлять требования к прямым иностранным инвестициям (ФДИ), особенно поощряя вложения, связанные с использованием местной рабочей силы. Проект изменений в Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) заставит государства открыть национальные рынки услуг, в том числе в сфере здравоохранения и образования для иностранных инвесторов. Проект Генерального соглашения по поставкам (ГПА) отрицает возможность государств использовать при подписании контрактов неэкономические критерии, такие как условия трудовой деятельности или экологию. Эти документы редко анализируются в буржуазных СМИ, так как им невыгодно обсуждение непопулярного противостояния "частное – общественное". Вместо этого они предпочитают указывать на плюсы свободной торговли как таковой.

Эти плюсы описываются в современных неолиберальных трактовках теории "сравнительного преимущества" Рикардо, предложенной в 1821 году в работе "Принципы политической экономии и налогообложения". Суть теории Рикардо в том, что лучшая экономическая политика страны – та, что позволит нерегулируемому международному рынку определять ее сравнительное преимущество и в конечном итоге то, что она должна производить[1]. В интересующем нас контексте можно выделить четыре ветви неорикардианских теорий. Наиболее важной и часто применяющейся является теория Хекшера-Олина, которая утверждает: если в основе сравнительного преимущества страны лежат ресурсы, то страны третьего мира, практически не обладающие капиталом, должны концентрироваться на производстве, требующем интенсив-

[1] Например, писал Риккардо, если Португалия превосходит Англию и в производстве вина, и в роизводстве одежды, но большее преимущество имеет в виноделии, то этим странам необходимо разделить рынок так, чтобы Португалия сконцентрировалась на производстве вина, а Англия – на производстве одежды. Тогда торговля между двумя странами максимизирует прибыли для них обеих.

ного труда. Другая теория, базирующаяся на уравнении "производительные факторы – цена", предполагает, что свободная торговля поднимет цену на интенсивно используемые производительные силы (главным образом, имеются в виду неквалифицированные рабочие в развивающихся странах), и в итоге цена производительных сил во всем мире уравняется. Третья теория – Стоплера-Самуэльсона, утверждает, что от свободной торговли пострадают прежде всего наиболее уязвимые производительные факторы: капитал в "третьем мире" и рабочие в богатых странах. Четвертая теория – теория технологического разрыва, сторонники которой утверждают, что, если в одной отрасли экономики страны начинают применяться технологические новшества, то страна получает сравнительные преимущества. Постепенно технологический разрыв должен преодолеваться, так как технологии становятся достоянием других стран.

К основным достоинствам неорикардианских теорий обычно относят: полное использование производительных сил в процессе реструктуризации экономики, реальность цен, поддержание баланса международной торговли, преодоление технологического отставания бедных стран. Наибольшие сомнения вызывает первый тезис. Сама по себе капиталистическая экономика не способна функционировать на основе полной занятости, так как безработица необходима для запугивания производительных классов и их шантажа потерей работы. Посыл о том, что потерявшие в результате воплощения механизмов свободной торговли работу быстро и безболезненно найдут себе новые рабочие места, также спорен. Рабочие (как и другие производительные силы) вряд ли будут столь продуктивны на новом рабочем месте, если оно не соответствует их специальности. Помимо трудностей переквалификации, необходимо учитывать психологический фактор перемены рабочего места, чаще всего в сторону понижения социального статуса, ведущий к стрессам и понижению производительности труда. То есть даже если предположить, что будут использованы все производительные силы, стоимость реструктуризации для страны превысит все доходы от свободной торговли.

Тезис о реальности цен не выдерживает критики в контексте монопольной сущности современного глобального капитализма. Поддержание баланса международной торговли выглядит весьма уязвимым перед лицом набравшего огромную мощь спекулятивного капитала, что наглядно продемонстрировали азиатские финансовые кризисы конца 90-х. Что касается трансфера технологий, то практика показывает, что технологическое развитие не приближает, а отдаляет страны "третьего мира" от наиболее богатых государств. Перенос производства обычно требует лишь дешевой рабочей силы, смягчая таким образом проблемы занятости, элиты бедных стран мало заботятся о заимствовании технологий. Кроме того, всякая имплементация новшеств, хотя и обещающая прибыль в будущем, требует первоначальных вложений, на что коррумпированная компрадорская буржуазия идет редко.

Если рассмотреть механизм неолиберальной экспансии с практической точки зрения, то прежде всего надо вспомнить, что в 1960-е – 70-е годы большинство стран Азии, Африки и Латинской Америки покрывали торговый дефицит за счет займов в западных банках. Экономическая нестабильность в США и других развитых капиталистических странах вызвала рост процентных ставок кредитования и глобальную рецессию. Стоимость займов для развивающихся стран резко увеличилась, их доходы от экспорта пошли вниз, вызвав "долговой кризис" в странах "третьего мира". Не уверенные в возврате кредитов, банки значительно сократили предоставление займов, усугубив экономические и социальные проблемы бедных стран.

Чтобы справиться с этими проблемами, страны Азии, Африки и Латинской Америки стали искать новые пути привлечения западных денег. Такой путь был найден в виде прямых иностранных инвестиций (ФДИ). За них в "третьем мире" развернулась яростная борьба. Одна за другой бедные страны создавали на внутреннем рынке либерализованную, дерегулированную, бизнес-ориентированную среду. ТНК откликнулись на эти изменения (которым, впрочем, они, правительства западных стран и международные организации, в значительной мере способствовали), и в 1991–98 годах ФДИ составили 34 % от чистого притока капитала в страны "третьего мира". Именно в 90-е годы был налажен перенос производства, особенно составных частей и компонентов, а также сборки, в эти страны для резкого уменьшения себестоимости продукции. США преимущественно сосредоточились на зоне НАФТА, ЕС – на Восточной Европе, Япония – на Восточной Азии. В результате страны этих регионов осуществили быструю неолиберальную реструктуризацию и стали крупнейшими экспортерами промышленных товаров, прежде всего высокотехнологичной продукции: транзисторов и полупроводниковых приборов, телекоммуникационного оборудования, компьютеров и их составных частей, другой офисной техники. Итогом стало увеличение доли экспорта промышленных товаров в общем объеме экспорта развивающихся стран с 20 процентов в 1970-е – начале 1980-х до 70 процентов в конце 90-х [28].

Обычно экономисты – протагонисты неолиберальной экономической модели упоминают именно эти цифры в качестве доказательства ее эффективности. Однако не стоит считать приток ФДИ и экспорт промышленных товаров показателем динамичного развития. Сети промышленного производства и торговли, контролируемые ТНК, не внесли существенного вклада в подъем уровня жизни, экономическую стабильность или перспективы устойчивого национального развития. Американский экономист М. Харт-Ландсберг фиксирует три причины, по которым этот вклад не был внесен.

Во-первых, либерализация внутреннего рынка осуществлялась за счет сворачивания собственной промышленности, ориентированной на импорт и конкуренцию на международном рынке, что привело к значительной потере экономического и политического суверенитета, безработице и деиндустриализации. Во-вторых, деятельность ТНК в "третьем мире" редко сопровождалась переносом технологий и созданием интегрированной национальной промышленности. ФДИ и перенос производства сделали экспорт развивающихся стран зависимым от импорта, уменьшив их прибыль от международной торговли. В-третьих, процесс трансграничного накопления капитала все более увеличивает зависимость стран "третьего мира" от внешнего потребления. Конечным пунктом назначения для продукции бедных стран чаще всего являются США, и экспорт "третьего" мира зависит от способности Америки справляться со своим колоссальным торговым дефицитом [17].

"Либерализация торговли" привела к тому, что в начале XXI века 70 % мировой торговли и 75 % мировых инвестиций приходятся на пятьсот ТНК [10]. Такая концентрация экономических и финансовых рычагов власти, являясь результатом несправедливого распределения ресурсов, экономического обмена, тарифного произвола и реже – открытого грабежа, требует соответствующего обоснования. Поэтому политическая экономия современных глобализационных процессов является одним из главных факторов, детерминирующих их коммуникационную составляющую. Деятельность транснациональных медиамонополий, которые сами являются мощным генератором прибыли, направлена в том числе на соответствующее информационное обеспечение обозначенных выше неоколониальных тенденций. Однако слова "неоколониальный" в ортодоксальных СМК мы не встретим. Отношения между "ядром" и "периферией" и в самой "периферии" коннотируются как "постколониальные", "свободная торговля", "помощь", "сотрудничество", "устойчивое развитие", "структурные реформы".

В период Уругвайского раунда ВТО 80-х и 90-х годов США агрессивно выступали за расширение "международного информационного обмена", фактически – за реализацию концепции "свободной торговли" в информационной сфере, отмену национального протекционизма в области культурной продукции. Экономические ставки были очень высоки – культурная продукция занимает второе место в общем объеме американского экспорта. Однако, как неоднократно отмечал автор, у процесса есть две взаимосвязанные стороны. Индустрия развлечений (кинофильмы и сериалы, музыка и видео, компьютерные игры и программы), экспортируемая США в развивающиеся страны и Европу, не просто приносит медиамонополиям прибыль, но и служит мощнейшим идеологическим инструментом, механизмом формирования необходимых социокультурных стандартов, в том числе легитимизации существующей системы международных политэкономических отношений. Экспорт таких стандартов создает и условия для экспорта американских товаров, и идеологическое обеспечение соответствующих торговых и финансовых отношений.

Для расширения глобального рынка масс-медиа устанавливают определенные ценности и стандарты: успеха, поведения, красоты, человеческих отношений, женственности, мужественности, любви, секса и тому подобного. Корыстолюбие и стремление к наживе любой ценой, равнодушие к проблемам своей Родины и даже предательство и измена объявляются не такими уж страшными пороками. СМК создают глобального потребителя со всевозрастающим желанием покупать то, что производят ТНК, и не задумываться над причинами существующего мирового порядка. Масс-медиа поощряют идеологию индивидуализма, базирующуюся на разрушении механизмов коллективного сопротивления. Внедряются идеи "конца истории", "конца идеологии", "конца репрезентации". Фактически глобализация означает лишь глобализацию капитала, так как вся унификация осуществляется в угодной ему колее. В то же время неолиберальные глобализационные процессы ведут к углублению социальных, расовых, религиозных и национальных противоречий. С. Хантингтон, один из ортодоксальных американских либеральных философов, выдвинул идею войны цивилизаций, пользующуюся огромной популярностью в США. Идея того, что мировые ресурсы слишком невелики, чтобы народы мира могли пользоваться ими равноправно, находит отражение в неорасистских концепциях, воплощающихся в неоли-

беральной глобализации (США, где проживают лишь 4,1 % мирового населения, потребляют около 60 % мировых ресурсов). Любая девиация встречается с мощным отпором капиталистической системы, в том числе в виде информационной войны.

Наиболее актуальной в этом плане видится Латинская Америка, где неолиберальный дискурс столкнулся с наиболее жестким сопротивлением. Пропаганду здесь можно разделить на две компоненты. Первая – системная критика и нетерпимость к социалистическим руководителям Венесуэлы и Боливии – У. Чавесу и Э. Моралесу, а также к левым политикам в Перу и Мексике – У. Айала и Л. Обрадору, которые не стали президентами своих стран, но подошли к этому очень близко.

Масс-медиа США имеют огромный опыт информационных войн против социалистических лидеров Америки южного полушария (Ф. Кастро, С. Альенде, Д. Ортега), и пропагандистский арсенал американских СМИ с годами практически не меняется, хотя обстоятельства изменились значительно. Несмотря на то, что президент Венесуэлы дважды выиграл демократические выборы и победил по результатам референдума 2004 года, СМИ Соединенных Штатов не гнушаются называть Чавеса диктатором и "хардлайнером". При этом по данным чилийской социологической службы Латинобарометро Венесуэла занимает первое место на континенте по количеству людей, считающих свою страну демократической [7]. Естественно, Венесуэла с ее потенциалом природных ресурсов потребовала новых пропагандистских подходов. Журналист "Вашингтон Пост" Дж. Дил регулярно называет социальные реформы в Венесуэле, направленные на справедливое распределение доходов от нефти, "антидемократическими". Он же в материале от 4.04.06 обвиняет эту страну в том, что она "покупает поддержку других латиноамериканских стран с помощью миллиардов долларов, вырученных от продажи нефти", забывая о триллионах, потраченных США на поддержку марионеточных режимов и политиков по всему миру.

Х. Фореро из "Нью-Йорк Таймс" в январе 2006 года заявляет, что борьба с бедностью, объявленная Чавесом приоритетом, это "поток расходов, инструмент для получения голосов среди бедных избирателей". Ничего не говоря об успехах социальной политики в Венесуэле, Фореро акцентирует внимание на том, что Чавес до сих пор не обновил дорогу из Каракаса в аэропорт. В мартовском (2006 год) репортаже Си-Эн-Эн, посвященном митингу противников Чавеса, выступавших за интенсификацию борьбы с бандитизмом, собравшиеся (около 2 тысяч) были показаны в замкнутом ракурсе, не позволявшем определить точное число людей. Митинг сторонников Чавеса (около 10 000), утверждавших, что президент Венесуэлы эффективно борется с преступностью, был удостоен лишь крупных планов. Это не только не дало возможности установить даже приблизительное количество митинговавших, но создало впечатление, что первый митинг был многочисленнее.

Когда в начале 2006 года министр обороны США Д. Рамсфелд назвал Чавеса Гитлером, американские СМИ оставили этот ярлык без комментариев. Чаще всего Чавес представляется подобно персонажу комиксов, в стиле латиноамериканского фольклора. Вся эта буффонада сопровождается зловещими оттенками и пафосом постоянной угрозы для США и Латинской Америки. По данным альтернативной правозащитной организации в медиасфере FAIR, 95 из 100 материалов американских СМИ враждебны Чавесу [15]. Атаки на других левых лидеров Латинской Америки придают американской медиапропаганде системность. Успехи социалистов на континенте журналист "Нью-Йорк Таймс" Д. Риф в одном из февральских номеров 2006 года назвал "скорее знаком отчаяния, чем надежды". Очевидно, что без использования природных ресурсов в национальных интересах и пропорционального распределения доходов от нефти, развития за счет экспорта углеводородного сырья промышленной и социальной инфраструктуры, у стран Латинской Америки нет надежды освободиться от доминирования транснационального капитала[2].

Не забывают западные СМИ и о своем "давнем друге" Ф. Кастро. Задача систематизации антикубинской пропаганды в американских масс-медиа выходит далеко за рамки задач этой статьи. Обратим внимание на два показательных примера, которые приводит американский политолог М. Паренти. 26 декабря 1997 года телеведущий Всемирной службы Би-Би-Си с энтузиазмом декларирует: "Рождество на Кубе: впервые за почти 40 лет кубинцы могут отмечать Рождество и посещать церковь!" Затем она связывается с корреспондентом Би-Би-Си в Гаване, он сообщает: "Около 2 тысяч человек собрались у кафедрального собора для полуночной

[2] О манипулятивной стратегии мировых информационных агентств в отношении Латинской Америки см. также: Сапунов В. Технологии манипулятивного воздействия мировых информационных агентств // Акценты: новое в массовой коммуникации. – № 3-4. – Воронеж, 2006. – С. 31-43.

мессы. Людей немного, почти столько же, сколько и в прошлом году". В прошлом году? Но ведь это вроде бы было запрещено?! И диктор быстро переводит разговор на другую тему: "Можем ли мы ожидать больше свободы на Кубе после визита папы?" 22 января 1998 года в ток-шоу на Пи-Би-Эс ведущий Ч. Роуз спрашивает одного из гостей: "Сожалеет ли Кастро об историческом провале коммунизма на Кубе?" – "Нет, — отвечает гость, — Кастро может гордиться достижениями в здравоохранении и образовании, полной занятостью населения и победой над худшими проявлениями бедности". Роуз одарил гостя уничтожающим взглядом и обратился к другому приглашенному: "Какое значение для Кубы будет иметь визит папы Иоанна Павла II?" Высказавшийся в поддержку Кастро гость больше слова не получил [26].

Второе направление пропагандистского дискурса американских СМИ — поддержка неолиберального договора о свободной торговле в Центральной Америке САФТА. Перед подписанием договора в августе 2005 года проблемы возникли не только с подписанием договора некоторыми странами Латинской Америки, но и с Конгрессом США, где документ был ратифицирован с большим трудом. Семантику редакционных статей американских СМИ легко обобщить в нескольких тезисах: отвергнуть САФТА – значит обречь Латинскую Америку на дальнейшую бедность, подорвать демократические институты в ней, интенсифицировать поток беженцев в США. Редакционная статья "Вашингтон Пост" в июле 2005 года гласила: "Поражение САФТА сыграет на руку не движениям, борющимся против бедности, а антиамериканским демагогам". "Эдиториалс" "Нью-Йорк Таймс" тех же дней "педалировали" преимущества САФТА: создание тысяч рабочих мест, укрепление демократии и безопасности в регионе и другие. Следуя классическим пропагандистским традициям, американские СМИ начали размещать критические материалы о САФТА только после подписания договора. К таковым можно отнести ноябрьские (2005 год) статьи в "Тайм" "Почему Латинская Америка кусает Буша?" и "Лос-Анджелес Таймс" – "Уважая Латинскую Америку". В те же дни "Нью-Йорк Таймс" разместила материал, описывавший сомнительные методы, с помощью которых Буш протаскивал документ в Конгрессе.

С момента подписания аналога САФТА — НАФТА прошло уже более десяти лет, и легко сделать выводы о выигравших и проигравших. Выиграл крупный капитал, получивший новые рынки сбыта, возможности переноса производства и использования дешевой рабочей силы. Проиграли разорившиеся мексиканские фермеры, задавленные американской пищевой промышленностью и сетевой торговлей, и американские рабочие, потерявшие места (400 000 в 2004 году) из-за хлынувшей в США дешевой рабочей силы из Мексики (разорившиеся фермеры, городская беднота) и переноса производства в Мексику.

Африка – континент, наиболее пострадавший от неолиберального сценария последних 20 лет. Как и весь "третий мир", африканские страны встретились с препятствиями на пути развития в результате экономического спада в США 70-х годов. Рост цен на нефть, увеличение процентных ставок и падение цен на экспортируемые из Африки товары сделали невозможным возвращение долгов западным странам. В начале 80-х совокупное отношение внешнего долга континента к экспорту составило 500 процентов. Это вынудило африканцев обратиться к деньгам МВФ и Всемирного банка.

Условия этих международных финансовых структур хорошо известны – резкое сокращение социальных расходов и создание благоприятной внутренней и внешней среды для мультинационального капитала (например, "Уругвайский раунд" ВТО 1993 года лишил африканские страны южнее Сахары преференций в международной торговле, дальнейшая ее либерализация открыла африканский рынок для потока дешевых товаров из Азии, жестоко ударившего по местному производству). Но главное заключается в том, что долговое бремя, созданное МВФ и ВБ, не идет ни в какое сравнение с долгами африканцев до 80-х годов. В том же 1993 году объем совокупного внешнего долга Африки впервые сравнялся с валовым национальным продуктом континента [8, 417]. В 2002 году министр финансов Нигерии А. Сирома привел следующие данные: "В 1984 году долг Нигерии МВФ составлял лишь 5,5 миллиардов. С того времени мы выплатили процентов на 17,5 миллиардов долларов. Сейчас наш долг составляет 28 миллиардов долларов". В том же году президент Нигерии О. Обасанджо заявил, что его страна уже переплатила по своим долгам МВФ в 2 раза больше, чем занимала [25].

Благодаря хитрым финансовым схемам создается порочный круг заимствований, когда, тратя большую часть бюджета на оплату внешнего долга, страна не может обойтись без новых заимствований. При этом национальным правительствам запрещается тратить доходы от природных ресурсов на развитие промышленности, инфраструктуры, образования и здравоохранения, деньги должны вкладываться в западные банки или способствовать созданию благоприятной бизнес-среды. Долговое бремя выступает надежным гарантом такой экономической поли-

тики, а кроме того, национальная элита, сформированная главным образом компрадорской буржуазией, имеет личные сбережения (в том числе – результат "откатов" западным корпорациям и институтам) в западных банках, которые будут "заморожены" при плохом поведении.

Надо сказать, что политэкономическое и геополитическое значение Африки в XXI веке резко возрастает. "Национальная стратегия безопасности для Соединенных Штатов", документ, разработанный под контролем наиболее влиятельных "ястребов" американской администрации (Вулфовица, Рамсфилда, Либби и других), предусматривает, что "борьба с глобальным террором" и обеспечение энергетической безопасности США должны включать в себя увеличение американской активности в Африке и "процедуры по поддержанию региональной безопасности" на этом континенте [13]. Как пишет "Уоллстрит Джорнэл", в 2006 году командование ВС США в Европе (Штутгарт, ФРГ) стало уделять 70 % своего рабочего времени Африке. В 2003 году этот показатель равнялся нулю [19]. Р. Хаас, президент американского Совета по международным отношениям, в своем докладе в конце 2004 года отмечал: "В конце десятилетия Африка южнее Сахары может стать настолько же важным энергетическим источником для США, как и Ближний Восток" [12].

Нефтяные резервы Западной Африки оцениваются в 60 миллиардов баррелей, эта нефть отличается низким содержанием серы, что особенно ценится в Америке. Американские исследовательские центры предрекают, что в конце десятилетия каждый пятый баррель нефти в глобальной экономике будет добываться в западноафриканском Гвинейском заливе, в 2010 году доля западноафриканской нефти в общем объеме американского нефтяного импорта увеличится с 15 до 20 процентов, а 2015 году – до 25 процентов [12]. Уже сейчас Нигерия поставляет 10 % от всей импортируемой США нефти, Ангола – 4 %, и этот показатель может удвоиться в течение 10 лет. Недавно обнаруженные запасы нефти могут превратить в значительных игроков нефтяного рынка и другие страны региона: Экваториальную Гвинею, Сан-Томе, Габон, Камерун и Чад. Судан уже стал крупным экспортером нефти, Мавритания должна выйти на мировую арену в 2007 году.

США имеют лишь одну военную базу в Африке – в Джибути (с 2002 года). Однако эта база позволяет США контролировать морскую зону, через которую проходит четверть всех мировых поставок нефти, а также находится в непосредственной близости от суданского нефтепровода. В рамках "антитеррористической профилактики" командование ВС США в Европе осуществляет работы по ремонту взлетно-посадочных полос и дорог для быстрой доставки армейского персонала, вооружения и топлива в Уганде, Сенегале, Гане, Габоне и Намибии, а также ведет переговоры с правительствами этих стран о быстром развертывании американских вооруженных сил. Объектами внимания являются ангольская нефть и нефтепровод Чад – Камерун.

Для усиления военной активности есть причины – многие африканские страны с нефтяными запасами имеют плохие отношения с США. Прежде всего это Судан, для дестабилизации обстановки в этой стране используются волнения в богатой нефтью провинции Дарфур. Ангола еще не забыла гражданскую войну, развязанную террористической группировкой УНИТА Ж. Савимби, созданной и финансировавшейся США и расистским режимом ЮАР. В Мавритании в 2005 году путем военного переворота был свергнут проамериканский диктатор Э. О. Мохаммед Тайа. Нигерию разъедают коррупция и трения между мусульманским югом и немусульманским севером, грозящие гражданской войной. Вооруженные повстанцы в дельте реки Нигер постоянно захватывают иностранных специалистов и воруют около 300 000 баррелей нефти в день. Недавно пережили попытки военных переворотов Сан-Томе (2003 год), Экваториальная Гвинея (2004 год) и Чад (2004 и 2006 годы). Возможность вооруженной интервенции в Судан и Нигерию уже обсуждается американским истеблишментом. В то же время Китай, также остро нуждающийся в энергетических ресурсах, развивает на африканском континенте невиданную активность. Уже сейчас КНР импортирует 25 % нефти именно из Африки, прежде всего из Судана, Анголы и Конго. В отличие от США китайцы предпочитают кнуту пряник. КНР является главным инвестором в экономику Судана, субсидирует экономику Нигерии, продает этой стране истребители. В 2004 году Китай резко пошел против интересов США, предоставив Анголе низкопроцентный заем в 2 миллиарда долларов, чем спас ее от требований МВФ реструктуризировать экономику и социальную инфраструктуру по неолиберальным правилам.

Африка перестает быть источником только золота, драгоценных металлов и крокодильей кожи, она превращается в поле битвы за энергетическое выживание. Разумеется, все это не может не сопровождаться соответствующим информационным обеспечением. Западный капитал практически не участвует напрямую в африканском медиасекторе (хотя есть и исключения, например французская радиостанция Медитэрен-1, базирующаяся в Габоне). Африканский

рынок является слишком узким и не дает существенной прибыли от рекламы. Поэтому "агентами влияния" являются местные коррумпированные правительства, которые держат СМИ в жестких рамках. Хотя африканцы традиционно воспринимают журналистов как носителей правды и нет ни одного факта убийства представителя прессы или электронных СМИ в африканских общинах, некоторые африканские страны считаются одними из самых опасных в мире для журналистов. Неоколониализм поощряет покупку, запугивание и физическое устранение неугодных журналистов. Скажем, после военного переворота в Нигерии 1993 года режим генерала С. Абачи запретил 17 изданий, арестовал 54 журналистов и 300 000 экземпляров газет и журналов [23]. В 1995 году 4 журналиста были казнены по обвинению в участии в заговоре против С. Абачи. При этом генерал Абача, как ранее и генерал И. Бабангида, обеспечивал бесперебойную поставку нефти на мировой рынок по нужным ценам и в нужном количестве и пресекал любые проявления "исламского фундаментализма", поэтому официальный Вашингтон никогда не включал Нигерию в "ось зла" или даже в список недемократических стран. Нигерия, являясь одной из самых мощных стран африканского континента, представляет собой и пример наиболее опасной для журналистов страны. Однако большинство африканских газет, журналов и электронных медиа действуют в схожих условиях. Как альтернативу можно рассматривать хотя и авторитарные, но имеющие плохие или не очень хорошие отношения с США режимы (а соответственно и медиасистемы) в Судане, Анголе, Зимбабве, Мали, Мавритании.

Такой статус африканских масс-медиа не может способствовать их развитию. По данным ЮНЕСКО, на Африку приходится лишь один процент издаваемых в мире ежедневных газет, тогда как население этого континента составляет 10 % от мирового. Лишь 15 человек из тысячи читают ежедневные газеты [16]. В некоторых африканских странах вообще нет ежедневных газет. Газеты выходят в основном на европейских языках и недоступны большой части населения. Низкий уровень развития печати, особенно южнее Сахары, объясняется общей неграмотностью, нехваткой квалифицированных кадров, отсутствием современных технических средств и неразвитой инфраструктурой.

Наднациональное агентство ПАНА после приватизации 1997 года фактически распрощалось с идеей выступать в качестве альтернативного источника информации для Африки и об Африке. Большое количество национальных агентств используются лишь в качестве "почтовых ящиков" для западных агентств. На семинаре ЮНЕСКО, посвященном деятельности национальных информационных агентств, были, в частности, отмечены подобные отношения между АФП и франкоязычными африканскими агентствами, агентствами Бельга и АЗАП (Заир), португальским АНОП и Ангоп (Ангола) [16]. Все это используется западными информагентствами для пропагандистской деятельности на африканском континенте, который поделен ими на зоны влияния.

Главная роль в формировании глобального имиджа Африки принадлежит западным СМК. Пафос африканских сюжетов незамысловат – племена, джунгли, трайбализм, анимизм, примитивизм, дикость, каннибализм, темнота. Плюс голод, болезни, войны и другие ужасы. Катастрофические проблемы Африки (9,5 миллионов беженцев) представляются в духе информационного вуайеризма, коммерциализированных ужасов, доминирования изображений над содержанием. Показ детей, страдающих от рахита и дистрофии, это еще не привлечение внимания к человеческим трагедиям, необходим анализ причин голода, войн и эпидемий, поиск решения проблем. Иначе западные зрители смотрят на детей как на "иконы боли", но забывают о них вместе со следующим сюжетом.

700-миллионное население континента воспринимается как одна страна, а не как 45 стран с разной историей и культурными традициями. По данным исследований медиаорганизации Медиа Тенор за период с января 2002 года по июнь 2003 года включительно лишь 0,2 % (507) сюжетов крупнейших западных телеканалов (Си-Эн-Эн, Си-Би-Эс, Би-Би-Си, Ай-Ти-Эн и других) из 23 587 рассмотренных касались Африки [4]. Исследования, проведенные в Италии с 10 октября 1999 года по 31 марта 2000 года, показали, что из 21 500 новостей итальянского телевидения лишь 128 (чуть более 0,5 %) касались Африки. 68 % новостей были негативными [21]. Стереотипизация и двойные стандарты являются главными манипуляционными механизмами. Американский исследователь Р. Чавис ставит вопросы: "Почему то, что в Европе называется этнической общностью, в Африке считается племенем? Почему маленькие люди в африканских джунглях унизительно называются пигмеями, а оленеводы такой же комплекции в Гренландии – лапландцами? Наконец, почему взрывы американских посольств в Кении и Танзании в 1998 году рассматривались западными медиа только в контексте ущерба США, в то время как большинство погибших составляли африканцы"? [6]

Африканские эмигранты, которым удалось благополучно устроиться в Европе или США,

сами делают вклад в создание негативного имиджа своего континента, ославляя свою Родину. Но чаще всего эмигрантов используют для негативизации "третьего мира" без их согласия. Низкий социально-экономический статус, отсутствие реальных перспектив интеграции, постоянная неуверенность и незащищенность в отношении занятости, проживания, оплаты и условий труда, социального страхования, иногда незнание языка ведут к тому, что мигранты сами обрекают себя на жизнь по определенным шаблонам. Во Франции из 100 детей-иностранцев 20 детей покидают школу в 16 лет, не научившись читать и писать по-французски, у 60 человек были серьезные трудности и только 20 человек получили настоящую школьную подготовку. В ФРГ около 20 % детей эмигрантов не ходят в школу, только 6 % школьников-иностранцев достигают высшей ступени средней школы [3, 608]. Отсюда чувство несправедливости, озлобленность, криминал – факторы, активно используемые масс-медиа для создания образа стран "третьего мира" и его граждан, оправдания несправедливых механизмов мировых политэкономических отношений. В совокупности с имиджем самого африканского континента и других развивающихся стран это формирует образ "чужого", интенсифицируя ксенофобию. Негативный образ Африки отпугивает не только обывателей, но и инвесторов, что дает простор для деятельности авантюристов и спекулянтов.

Важнейшее направление западной пропаганды – создание шаблонов западного стиля жизни, консюмеризма. Но, как и в большинстве развивающихся стран, из-за своей бедности африканцы потребляют не столько товары, которые глобализация сделала "доступными" для них, сколько образы товаров и иллюзии. Действует принцип "lecher la vitrine"[3], "оконный шопинг", побуждающий молодых людей искать красивой жизни на Западе. Коммодификация может осуществляться и на основе "маркетабельных" национальных традиций. Образцы африканского текстильного творчества, украшения, знаки отличия, музыкальные инструменты давно стали объектом подделок западных фирм, об авторском праве речи, конечно, не ведется. Коммерциализируются традиционные танцы и обряды. В странах арабской Африки магазины заполнены вуалями западных фирм, а под вуалью женщина может скрывать весь арсенал косметики западных производителей. Африканская культура во всем ее многообразии: музеи, литература, календари, так же как и качественные репортажи об истории, природе и географии Африки, просачиваются лишь в эфир образовательных программ с ничтожным рейтингом.

В целом освещение событий в Африке осуществляется западными масс-медиа по пяти основным направлениям: (1) отбор событий (умолчание), (2) деконтекстуализация, (3) драматизация, (4) гиперсимплификация и примитивизация, (5) семантическая обработка ("племя", собирательное "африканцы" и так далее).

Тем не менее, на африканском континенте есть и альтернативные масс-медиа. Альтернативное мировое информационное агентство ИМС (Индимедиа) имеет значимые узлы в Южной Африке и Нигерии, позволяя африканским журналистам и желающим высказаться публиковать свои материалы без официальной или экономической цензуры. В апреле 2006 года в Кейптауне состоялась конференция "Рабочее образование и рабочие медиа в глобальной экономике", организатором которой выступила международная профсоюзная медиаорганизация WWMP (Мировая рабочая медиаорганизация), базирующаяся в ЮАР и производящая видео- и радиопрограммы. Спонсором выступила Международная федерация ассоциаций рабочего образования. О разнообразии проблем в африканских странах можно судить, например, по выступлениям южноафриканских и нигерийских делегатов. Первые высказали сожаление, что хотя профсоюзы являются совладельцами некоторых частных каналов, проблемы рабочих редко попадают на их экраны. Вторые напомнили, что многие страны Африки испытывают существенные проблемы с электричеством, не говоря уже о телефоне и Интернете, о неграмотности населения. Все это значительно осложняет работу профсоюзов. На конференции было принято решение о создании Международной сети рабочих СМИ, целью которой будет обучение рабочих журналистике и организации работы медиа, технологическое обучение, увеличение аудитории существующих и создание новых рабочих газет, радио- и телепрограмм [24].

Наиболее рельефно противоречия глобализационных процессов проявляются, конечно же, в период войн США и их союзников против "плохих стран", "стран-изгоев". Агрессивные войны имманентны для империалистического капитализма, они помогают преодолеть неизбежную для монопольной капиталистической экономики стагнацию и способствуют интенсификации экспансии капитала. Помимо этого, мировая капиталистическая экономика постоянно подвержена глобальным трансформациям. Нынешняя ситуация характеризуется не только общемировым экономическим спадом, но и падением от-

[3] "облизывания витрин"

носительной экономической мощи США. В 1950 году на США приходилось около 50 % общемирового ВВП, в 2003 году этот показатель упал до одной пятой. В 1960 году на США приходилась половина всех мировых ФДИ, в начале XXI века американские ФДИ не превышают 20 % общемировых. По прогнозам Голдман-Сакс не далее, как в 2039 г. КНР может обогнать США и стать крупнейшей мировой экономикой [29].

Растущая угроза гегемонии США вынуждает американскую элиту использовать современные экономические и военные преимущества для того, чтобы заложить надежный фундамент долговременного американского доминирования в мире. Цель сегодняшней интервенционистской политики США – лишить конкурентов стратегических ресурсов для противостояния Америке в неблагоприятной для последней экономической ситуации. Военные расходы США составляют половину общемировых. При этом США сочетает военную силу с экономическими мерами: контроль над капиталом, торговлей, тарифами, стоимостью доллара и стратегическими сырьевыми ресурсами. Р. Дж. Арт, профессор международных отношений университета Брандейс, сформулировал 3 основные стратегические цели для поддержания американской гегемонии: доминирование над странами Евразии (традиционная геополитическая цель США), контроль над мировыми поставками нефти и развитие глобальных капиталистических отношений [5, 1-11].

Структура внешнеполитической информационной машины США претерпела на рубеже XX–XXI веков значительные изменения. После второй мировой войны, как известно, "столпом" американской пропаганды служило Информационное агентство Соединенных Штатов, в состав которого входили Голос Америки, Свобода / Свободная Европа и Уорлднет, в 1999 оно году вошло в структуру госдепартамента США, что подчеркнуло важность информационной составляющей в предстоявших войнах. В том же году в госдепартаменте была создана Группа международной общественной информации (IPIG) и поднадзорная госсекретарю Группа по международной официальной информации (IOIG), которая объединила представителей госдепартамента, агентства США по международному развитию (USAID), Национального совета по безопасности, министерства обороны и других ведомств того же рода. Интенсификация монополизации частных электронных СМК усилила пропагандистский кулак.

Были разработаны концепции "информационной интервенции", "информационной блокады" и физического уничтожения информационной инфраструктуры противника. В более мягком варианте схемы физического воздействия осуществлялись и ранее. Например, американские самолеты глушили сигналы наземных телестанций в Гренаде, Панаме и Боснии. Также в Боснии 10 октября 1997 года спецоперация сил НАТО в Боснии СФОР, ответственность за которую они так и не взяли, уничтожила телепередатчик канала СРТ в Белжине (Республика Српска), с помощью которого боснийские сербы преодолевали натовскую информационную блокаду. Во время войн в Югославии, Ираке и Афганистане американцы уже открыто бомбили телевизионные комплексы РТС, Иракского телевидения и радиостанции талибов, а когда противник выходил в эфир из резервных студий, в дело шли магнитные бомбы, создававшие помехи при ретрансляции. В Афганистане также на частотах разбомбленных станций движения Талибан с американских самолетов начиналось вещание Голоса Америки.

Профессор Оксфордского университета М. Прайс констатирует основные способы реализации внешней информационной политики США в мирное время:

— направление субсидий "предпочтительным" СМИ,

— содействие "экспорту" определенных правовых и структурных моделей построения системы СМИ,

— предоставление определенных льгот странам, принимающим такие модели,

— использование ВТО и других мировых экономических организаций для принуждения государств вести определенную экономическую политику в отношении СМИ (прежде всего имеется в виду их разгосударствление и дерегулирование медиасектора. – *В. С.*),

— развитие прецедентного международного права с тем, чтобы установить определенные пределы и стандарты для национальных законов,

— использование "информационной интервенции" в конфликтных регионах [2, 215-216].

Добавим, что американская администрация планирует видоизменить формат государственной радиопропаганды. Доклад Н. Паттиза, предпринимателя в сфере радиобизнеса, сопредседателя комиссии по эффективности работы Голоса Америки, подготовленный в 2001 году, предлагал радикально изменить концепцию американского международного вещания и приблизить ее к стандартам коммерческих ФМ-станций. Такой же формат планируется придать "Ближневосточной радиосети", рассчитанной на молодую арабскую аудиторию. Кроме того, пропагандистские станции переводятся на более популярный у молодежи ФМ-диапазон. Целевой аудиторией стра-

тегического использования музыки и развлечений будут молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Одним из примеров нового пропагандистского подхода может служить частное радио Максимум (совместное производство Стори Ферст и Московских новостей), созданное в России и поддерживающее образ энергичной станции для модных людей, которые смотрят в будущее. Стратегическая цель проекта – это уже не внушение "правильных" новостей, а внушение "правильного" образа жизни, "правильных" социокультурных шаблонов: аполитичность, невнимание к общественным проблемам, исключительно "позитивный" настрой, открытость для контакта с внешним миром, любовь к западной музыке, западному стилю жизни.

В период военных действий маятник информационных войн раскачивается наиболее интенсивно. В то же время освещение американскими СМИ, скажем, ситуации в Ираке, которая сложилась по окончании "фазы активных боевых действий", нередко доходит до комизма, граничащего, впрочем, с трагизмом. 9 мая 2005 года еженедельный журнал новостей "Ньюсвик" опубликовал знаменитый материал о том, как охранники тюрьмы на базе Гуантанамо оскверняли Коран. Сведения об осквернении священной книги ислама возмутили мусульманский мир больше, чем пытки мусульман в американских тюрьмах. Несмотря на то, что статья содержала документированную информацию со ссылками на надежные источники в ЦРУ, ФБР и Пентагоне, Белый дом возмутился не фактами, изложенными в ней, а самим фактом ее появления. В прессе развернулась кампания по выяснению того, имел ли "Ньюсвик" достаточно доказательств того, что священная книга была смыта в туалете. А Нью-Йорк Таймс 4 июня 2005 года дала свою версию информации о том, что охранники мочились на заключенных и Коран: "Охранник помочился рядом с вентиляцией, и ветер случайно сдул мочу на заключенного и Коран". Другие американские СМИ, хотя и не доходили до крайностей, тоже приняли сторону правительства, а не журнала. В итоге "Ньюсвик" вынужден был отречься от своего материала.

Общая линия СМИ США в освещении сегодняшних событий в Ираке – давать как можно меньше информации и изображений касательно трагедии иракского народа: террора, бандитизма, голода, отсутствия элементарных удобств и другого. "Прикрепленные" журналисты редко покидают пределы "зеленой зоны" радиусом в 4,5 мили и не могут похвастаться более глубоким знанием иракской действительности, чем их коллеги в Америке, черпающие информацию из Интернета. 14 апреля 2006 года в университете Коламбия состоялась конференция, посвященная состоянию мировых средств массовой информации. Журналисты, выступавшие на ней, особенно отметили, что, хотя умолчание всегда было одним из главных механизмов военной пропаганды, такого жесткого контроля над информацией, что имеет место сейчас в Ираке, не было никогда.

Ч. Глас, бывший ближневосточный корреспондент Эй-Би-Си, вспоминает, что в 1982 году в период вторжения Израиля в Ливан эту страну будоражили слухи об израильских "отрядах смерти" Шин Бат, уничтожавших ливанских мирных жителей. Гласу и его команде удалось заснять факты зверских убийств, совершенных Шин Бат, свидетельства очевидцев, "миротворцев" ООН, спокойно наблюдавших за убийствами и обсуждавших их. Этот материал так не появился в эфире, так как руководство заявило, что для него нет времени в эфире. Касаясь событий в Ираке, Глас отметил, что американцы не просто не видят сегодняшних событий, но и не знают их подоплеки, например того, что США фактически предали курдов, дав С. Хуссейну карт-бланш на жесткие операции против них, а в период ирано-иракской войны поставляли Ираку оружие массового поражения, которое могло использоваться против курдов. А в 2003 году американская элита начала войну против Ирака в поисках оружия массового поражения, С. Хуссейна судят за применение такого оружия против курдов.

Корреспондент британской "Индепендент" на Ближнем Востоке Р. Фиск заявил, что освещение иракского конфликта англо-американскими СМИ осуществляется большей частью на основе официальных источников. Описывая манипулятивную семантику масс-медиа в Ираке, он приводит пример: "Мы постоянно слышим: "человек в полицейской форме". Человек в полицейской форме захватил заложников, человек в полицейской форме захватил Маргарет Хасан, люди в полицейской форме напали на полицейскую станцию, люди в полицейской форме подняли восстание в Эль-Фалудже. Неужели репортеры, пишущие весь этот мусор, не понимают, что в Ираке нет подпольных мануфактур по пошиву униформы, и большинство этих действий осуществляет официальная иракская полиция?" Фиск рассказывает, как в августе 2005 года он посещал морг в Багдаде и получил сведения о том, что только за последний месяц в Ираке погибли 1100 человек, сотрудники же министерства здравоохранения Ирака получили директиву от американских и британских официальных лиц не давать западным журналистам этих сведений. Фиск заключает: "Каждый добросовестный журналист, побывавший в Ираке,

понимает, что иракский проект мертв... что в Ираке настоящая катастрофа. Однако мало кто осмеливается сказать об этом. И это наш позор".

Как известно, только в марте-апреле 2003 года за малейшую критику американской кампании в Ираке в США были уволены 35 журналистов, журналисты "Вашингтон Пост" и "Кристчиан Сайенс Монитор" были высланы из Ирака. В число уволенных попал даже "герой" войны 1991 года, журналист Си-Эн-Эн П. Арнетт, который во время "бури в пустыне" комментировал прямые трансляции бомбардировок Багдада. А 31 июля 2006 года в дни войны Израиля против Ливана две журналистки амманского бюро Фокс Ньюз С. Саббах и Дж. Карадшеш уволились по собственному желанию. Их демарш был связан с тем, что, по их мнению, Фокс превратился в инструмент пропаганды Израиля. С. Саббах заявила, что освещение конфликта Фокс носит расистский характер по отношению к мусульманам, и особенно отметила недопустимость использования местоимения "мы", когда речь идет об Израиле. Непосредственным поводом для отставки стал новостной текст канала, утверждавший, что Хезболла использует детей и женщин в качестве щита [18].

Британский журналист и режиссер Дж. Пилджер провел историческую параллель с вьетнамской войной. "Тогда против гражданского населения применялось экспериментальное оружие. Миллионы людей покидали свои дома, те, кто не успевал, гибли тысячами. Но это не попадало в новости. Негласной задачей репортеров была "нормализация немыслимого"... Сегодня, когда в Ираке погибли 100 000 человек, а журналисты пишут об этом как о геополитическом акте и продолжают муссировать идею о демократии в этой стране, когда Би-Би-Си в лучшем случае называет агрессию "просчетом", мы вновь имеем дело с «нормализацией немыслимого»". Кстати, согласно исследованиям Кардиффского университета, 90 % материалов Би-Би-Си перед началом военных действий в Ираке утверждали, что С. Хуссейн обладает оружием массового поражения. Пилджер добавил: "Мы знаем, что МИ-6 придумывала истории об оружии массового поражения в Ираке, которые затем превращались в материалы британских СМИ. Но МИ-6 могла не утруждать себя: самоцензура дала бы такой же результат" [20].

Необходимо отметить, что дискуссии в США как о самой войне в Ираке, так и о ее освещении в СМИ, ведутся, в основном, в рамках борьбы истеблишмента. Говорится о

"неверных методах" ведения войны, о необходимости использования большей хитрости в реализации американских интересов. На той же конференции С. Херш, журналист Нью-Йоркер, отмечал, что с Ираном надо вести себя "по-киссинджеровски", а не "по-бушевски". Хотя, естественно, проблема не в Буше. Нынешняя американская администрация отдает предпочтение силовым методам установления мировой гегемонии, но совершенно не отказывается и от экономических и конспиративных рычагов с помощью вышеупомянутых столпов мировой финансовой системы. Примерами могут служить Катарский раунд ВТО, направленный на либерализацию мировой торговли путем более широкого открытия рынков развивающихся стран для западного капитала, вышеупомянутый договор САФТА, электоральные операции на Украине и в Грузии, референдум в Черногории. Оттого, что другая администрация, возможно, предпочла бы больший баланс в пропорции "кнут-пряник", ни политическая, ни экономическая, ни коммуникационная составляющие американского дискурса не изменились бы существенно. Надежность коммуникационной составляющей цементируется первыми двумя, обеспечивающими монопольную медиасистему механизмами стабильности, а та, в свою очередь, обеспечивает информационную поддержку первым двум.

Настоящая статья в основном затрагивает проблемы, вытекающие из капиталистических противоречий между развитыми странами и странами "третьего мира". Но эти противоречия нельзя рассматривать в отрыве от ключевого – между капиталом и трудом. "Установление демократии" в Ираке, "погоня за Бен Ладеном", "раскрытие террористического заговора" в лондонском аэропорте Хитроу, "социалистическая угроза" в Латинской Америке – все это служит замечательным информационным щитом от острых социальных проблем американского общества. Еще в 1974 году будущий финансовый казначей США У. Саймон фактически призвал к ужесточению классовой войны "сверху". Он обратился к финансовому и бизнес-сектору с предложением "вернуть привилегии и власть, которые они потеряли в годы Великой депрессии и послевоенной социально ориентированной политики". Атаки на социальные аспекты трудовых договоров, урезание зарплат и увольнения, перенос производства, использование дешевого труда рабочих стран "третьего мира" стали поддержкой такого призыва. Как писала в те дни газета "Бизнес Уик", "некоторым теперь придется удовлетворяться меньшим... Это будет горькой пилюлей для многих американцев – проглотить идею того, что они будут иметь меньше за счет того, что крупный бизнес будет иметь больше" [22].

Жесткое наступление на основные принципы демократии в США в последние 20 лет отра-

жается в соответствующих политэкономических показателях. В материале "Уолл Стрит Джорнэл" от 13.05.2005 читаем: "Хотя американцы по-прежнему считают, что их страна – это земля исключительных возможностей в отличие от классово структурированного общества в Европе, факты говорят о другом. Исследователи все чаще приходят к выводу, что американское общество больше не обладает социальной мобильностью, которой оно раньше так гордилось. В 80-е годы "наследственное преимущество" (преимущество экономической, финансовой и социальной позиции родителей, передававшееся от родителей детям) составляло 20 процентов. В этом случае внук богатого дедушки не имел особых привилегий по сравнению с внуком бедного... Сейчас ситуация изменилась. "Наследственное преимущество" достигает 45-60 процентов. Теперь даже богатство прапрадеда может дать внукам существенные привилегии". "Нью-Йорк Таймс" от 14.11.2002 приводит цифру в 65 процентов, ссылаясь на аналитика Банка Чикаго Б. Мазумбера.

Как известно, основное отличие класса от социальной страты – самовоспроизводство. Приведенные цифры свидетельствуют, что эффективность классового самовоспроизводства в США резко возросла и не имеет аналогов в современной капиталистической истории. Богатые становятся богаче, бедные беднеют – и скорость этого процесса возрастает. В 50-е – 70-е годы на каждый доллар, заработанный 90 % населения США "снизу", приходились 162 доллара, полученные 0,01 процентами самых богатых. С 1990 по 2002 годы на каждый доллар, заработанный 90 % населения США "снизу", приходились уже 18 000 долларов для 0,01 % самых богатых [9, 186].

Эти показатели, разумеется, не являются сугубо экономическими. "Наследственное преимущество" дает возможность получить лучшее образование, получать лучшее медицинское обслуживание, путешествовать и еще широкий спектр преимуществ, позволяющих удержать социальный статус, экономическую и политическую власть, и таким образам сохранять статус-кво в обществе, которое на поверхности имеет характеристики меритократии, общества равных возможностей. Как отмечает американский экономист Дж. Б. Фостер, "классовые вопросы выходят за рамки индивидуальных или семейных возможностей в США, более широкая перспектива показывает, что класс является главной движущей силой в построении современного общества, он управляет процессами распределения власти и потенциалом социальных изменений. Таким образом класс проникает во все сферы социального бытия" [12].

Либеральный взгляд на эти проблемы иллюстрирует недавно вышедшая в США книга бывшего репортера Си-Би-Эс Б. Голдберга "Предвзятость". Под предвзятостью Голдберг понимает отношение левых журналистов к проблемам социального неравенства в этой стране. По его мнению, большинство бездомных в США – это пьяницы, наркоманы и потенциальные пациенты сумасшедших домов, которых недобросовестные журналисты и те, кто за ними стоит, окружают сочувствием, преследуя корыстные интересы. Однако заключительный отчет Американской конференции мэров говорит о другом – потребность в необходимых для выживания пище и жилье в Америке является самой высокой за последние 10 лет. 40 процентов бездомных составляют семьи с детьми. По данным "Лос-Анджелес Таймс"? в Лос-Анджелесе 3 миллиона официально находятся за порогом допустимой (18 000 долларов в год) бедности, 600 000 человек постоянно испытывают голод. 45 % тех, кого классифицируют как "food insecure"[4], составляют дети. По данным американского Института экономической политики 12 % семей в США не могут позволить себе необходимую еду, простейшее жилье и элементарное медицинское обслуживание [10]. Конечно, в числе бедных и бездомных есть и алкоголики и наркоманы, но Голдберг вряд ли потрудится задуматься о причинах, которые выбросили их на обочину жизни. Думается, немалая их часть оказалась в таком положении из-за невозможности приспособиться к несправедливым устоям либерального капиталистического общества.

Американские ортодоксальные СМИ редко обращаются к проблемам бедности и нищеты, неравноправия в получении образования и медицинских услуг, депрессивных тенденций в низшем и среднем уровнях "среднего класса", тем более отсутствует системный анализ несправедливостей в американском классовом обществе. Это во многом объясняется тем, что медиасектор является составной частью капиталистической системы, и во многом, прямо или косвенно, повинен в вышеописанных явлениях. Наиболее жестко монополизирован аудиовизуальный сектор, однако и 5 общенациональных газет США тесно связаны с крупным капиталом.

Например, "Нью-Йорк Таймс компани", владелец газеты "Нью-Йорк Таймс", провозглашенной американским "мейнстримом" символом объективности, имеет основного хозяина. Это семья Зульцбергеров-Оксов, которой принадлежат 18 % акций класса А, играющих на бир-

[4] Не имеющие гарантий получения пищи.

же, и 87 % акций класса В, которые не играют на бирже, но дают полномочия выбирать 9 из 14 членов Совета директоров. Общий холдинг Зульцбергеров-Оксов в "Нью-Йорк Таймс компани" составляет 1,2 миллиарда долларов. Кроме того, бизнес-интерес в холдинге имеют Ай-Би-Эм, инвестиционный банк Ферст Бостон, Торговый банк Канзас-Сити, Бристол-Майерс (фармацевтика), Фелпс-Додж (медная промышленность), Метрополитан Лайф и другие корпорации. Компания также имеет кредитную линию в 200 миллионов долларов у группы коммерческих банков и периодически использует банковские инвестиции для гарантий своих акций и других ценных бумаг. Очевидно, что промышленный, банковский и финансовый капитал не позволит газете отклоняться от интересов корпоративного сообщества (хотя, по либеральной мифологии, таких интересов у нее нет).

В 70-е годы символ американской качественной прессы не устоял перед тенденциями инфотэйнмента. Важным фактором, помимо общих тенденций, стало падение стоимости акций компании с 53 долларов в 1968 году до 15 долларов в 1976. 30 августа 1976 года "Бизнес Уик" поместила статью "Что стоит за падением прибыли в «Нью-Йорк Таймс»?" В ней руководство газеты обвинялось в "летаргии и крене влево", а также в том, что газета заняла "враждебную бизнесу позицию, забывая о том, что сама она – бизнес-предприятие" [14]. Крен влево был сильным преувеличением, "Нью-Йорк Таймс" имеет яркую историю борьбы с левыми журналистами, например в эру маккартизма из газеты были уволены все сотрудники-коммунисты за то, что те отказывались писать антисоветские материалы и доносить на коллег по работе. 6 августа 1948 года редакционная статья "Нью-Йорк Таймс" критиковала использование Пятой поправки в случаях защиты антиамериканских публикаций, по обвинению в которых на 100 % проходили коммунисты.

Как бы то ни было, в середине 70-х газета после основательной чистки кадров сделала резкий поворот вправо и была переориентирована на более мягкие и приятные для инвесторов и рекламодателей новости и большее количество информации из официальных и надежных источников. И, разумеется, в газете увеличилось количество материалов о стиле жизни, отдыхе и досуге знаменитостей, кулинарии и домоводстве, особые привилегии имели новости из мира моды. "Нью-Йорк Таймс" претендовала на публикацию полезной для потребителя информации, однако, как справедливо заметил американский эколог и общественный деятель, бывший кандидат в президенты, Р. Надер, "никто не нанес потребителям в США столько вреда, сколько Нью-Йорк Таймс, так как она сыграла на понижение потребительской информации, перенеся внимание с "горячих картофельных полей" на готовую продукцию, которую необходимо приобретать, даже несмотря на ее антиэкологичность". Инфотэйнмент не мешал, впрочем, публиковать откровенно предвзятые комментарии в пользу неолиберальной политики. Скажем, 22 февраля 1981 года Дж. Рестон утверждал, что "рейганомика включает в себя серьезную попытку равномерно распределить неудобства жестких мер по всем сегментам общества" [14]. В тоже время громкие скандалы в бизнес-сообществе, например, дела S&L, Банк оф кредит, Коммерс Интернэшнл, "не замечались" "Нью-Йорк Таймс". При этом репортеры газеты звонили в эти организации, однако по заранее согласованному сценарию эти звонки оставались без ответа, и сбор информации на этом заканчивался.

Мы уже неоднократно говорили о принципиальной унифицированности и гомогенности западных медиасистем, особенно американской, даже, несмотря на бурное развитие коммуникационных технологий. Еще раз подчеркнем, что Интернет не оправдал возлагавшихся на него надежд по демократизации медийного пространства. Обратим внимание на аналитические исследования британской социологической компании "Медиа метрикс". По ее данным, на фоне постоянного увеличения медиасайтов в Интернете, пользователи веб-ресурсов посещают все меньшее количество сайтов. Например, в США в 1999 году посетители Интернета проводили 20 % своего времени в виртуальной среде, обращаясь к 10 сайтам. Эта цифра выросла с 16 % в 1998 году. Еще больше увеличилось число тех, кто обращался к 50 наиболее популярным сайтам [27].

В декабре 2001 года по данным "Медиа метрикс" список наиболее популярных новостных сайтов выглядел следующим образом.

США

1. Тайм-Уорнер (АОЛ, Си-Эн-Эн)
2. МСН-Майкрософт (Эм-Эс-Эн-Би-Си)
3. Яху! (news. yahoo)
4. Ликос
5. Виванди-Юниверсель (Vizzavi)
6. Примедиа (about)
7. Эксайт
8. Гугл
9. Дисней (Эй-Би-Си, GO)
10. Вайаком (Си-Би-Эс ньюз)

Весь мир

1. МСН-Майкрософт (Эм-Эс-Эн-Би-Си)
2. Тайм-Уорнер (АОЛ, Си-Эн-Эн)
3. Яху! (news. yahoo)

4. Виванди-Юниверсель (Vizzavi)
5. Примедиа (about)
6. Гугл
7. Ликос
8. Ликос Европа (владелец – группа Бертельсман)
9. Эксайт
10. Дисней (Эй-Би-Си, GO)

Этот список иллюстративно характеризует степень информационного плюрализма в Интернете. На сайте АОЛ присутствуют только международные новости Рейтер и внутриамериканские новости АП. Сеть "Гоу", принадлежащая концерну Уолт Дисней, использует только международные новости Рейтер, разбавляя их новостями Эй-Би-Си. При этом служба "Эй-Би-Си – он-лайн" берет большинство новостей от АП и Рейтер, таким образом замыкая круг. Порталы Ликос и Яху! практически на 100 % заполнены новостями Рейтер и АП, лишь в поддиректориях Яху! можно найти материалы из американских газет. Ориентация портала Би-Би-Си на информацию АП и Рейтер делает "общественное вещание" в Интернете еще более зависимым от коммерческих факторов, чем обычное общественное вещание.

На рубеже XX–XXI веков можно выделить три попытки создать альтернативу Рейтер и АП – деятельность видеоагентств "ТВ Ньюз Веб" и "АутЗеаНьюз" (OutThereNews) и агентства "Глобализэйшн Ньюз Нетуорк". Рассмотрим каждый случай подробнее.

"ТВ Ньюз Веб" — самый впечатляющий проект этой серии – был создан П. Хендерсоном, бывшим оператором Би-Би-Си. В начале 90-х он основал на Кипре новостную службу Ньюзфорс, которая опиралась на "фрилансеров", имевших опыт работы в "горячих точках": независимых журналистов, операторов, фотографов, продюсеров и технических работников. Работники Ньюзфорс должны были в экстренных ситуациях присоединяться к штатным работникам крупных вещательных корпораций и видеоагентств. Ньюзфорс создала систему из пятнадцати передвижных телевизионных станций, оснащенных спутниковым оборудованием, при которых работали телевизионные команды. Основными клиентами Ньюзфорс среди крупных масс-медиа были Рейтер и Би-Би-Си, кроме того, служба ориентировалась на мелких клиентов, которые не могли позволить себе размещать спутниковое оборудование за границей своих стран. В конце 90-х Ньюзфорс была выгодно продана Франс Телеком.

Хорошее понимание глобального процесса сбора телевизионных новостей, уникальный опыт и личные контакты давали Хендерсону возможность создать глобальную видеослужбу, претендующую на разрушение монополии Рейтер и АП. С этой целью в 1999 году появилось агентство "ТВ Ньюз Веб", которое должно было распространять видеокартинку с помощью интернет-технологий. В основу финансирования, помимо венчурного капитала, были положены средства двух партнеров Хендерсона и деньги, полученные от продажи Ньюзфорс. Вскоре "ТВ Ньюз Веб" превратилось в глобального "он-лайн брокера", получавшего и распространявшего мировые новости. Используя собственный видеосервер, сотрудники агентства получали видеоизображение от независимых телевизионщиков, освещавших наиболее важные события по всему миру, и предлагали анонсы сюжетов на своем веб-сайте. Подписчики могли приобрести соответствующий репортаж (в том числе в прямом эфире) и показывать его в эфире своего канала.

"ТВ Ньюз Веб" проработало 18 месяцев и сделало себе хорошую рекламу среди профессионалов телевизионной индустрии. АПТН и Рейтер Телевижн стали видеть в нем серьезного конкурента, особенно после того как "ТВ Ньюз Веб" подписало контракт с Би-Би-Си о распространении сюжетов британской корпорации. От продажи каждого сюжета Би-Би-Си "ТВ Ньюз Веб" получало 35-50 процентов. Это давало возможность покупать определенные материалы независимых телестудий без многомиллионной подписки на услуги АПТН и Рейтер Телевижн.

Однако против "ТВ Ньюз Веб" сыграло слишком медленное развитие видеотехнологий в Интернете. С самого начала агентство в основном опиралось на распространение новостей через спутниковые системы, что требовало существенных затрат, и надеялось постепенно внедрить надежный и безопасный механизм передачи через Интернет. Однако время шло, и венчурный капитал устал ждать отдачи. В 2001 году агентство обанкротилось, так и не найдя новых инвесторов.

В 1996 году попытку создать конкурента АП и Рейтер в "оптовой" передаче видеоинформации предпринял бывший журналист Рейтер П. Идл. Так появилось агентство "АутЗеаНьюз", целью которого был ответ на спрос на качественную видеоинформацию в Интернете. На пике своей деятельности агентство создало сеть из 41 корреспондента в 32 странах. В 2001 году, как раз в то время, когда "АутЗеаНьюз" вело уникальные по смелости репортажи о войне в Афганистане, инвесторы прекратили финансирование, и агентство обанкротилось.

Третьим агентством, попытавшимся бросить вызов АП и Рейтер, стало "Глобализэйшн Ньюз Нетуорк". Его создателями были основатели некоммерческого интернет-сервера mediachannnel.

org Д. Шехтер и Р. О'Коннор. В отличие от mediachannnel. org "Глобализэйшн Ньюз Нетуорк" создавалось с целью получения прибылей и должно было поставлять подписчикам новости от журналистов – сотрудников местных СМИ на разных континентах. Основной специализацией было распространение оригинальных новостей о событиях в различных странах, подготовленных журналистами – гражданами этих стран, для подписчиков в США и Западной Европе. Через некоторое время у mediachannnel. org начались финансовые проблемы, и его владельцы решили отказаться от идеи глобального новостного агентства.

Обратим внимание, что доминирующие политэкономические факторы за последние 5 лет несколько изменили конструкцию коммуникационного пространства. Это вызвано большей частью изменениям в позиции нынешней администрации США. Стратегически концепция империи-гегемона не подвергается сомнениям в американской элите и, хотя восходит еще к временам Т. Рузвельта, Трумэна и Эйзенхауэра, наиболее эффективно реализуется после развала Советского Союза. Речь идет лишь о тактических расхождениях. Администрация Клинтона, в частности, проводила политику "скрытой империи", "многосторонности", при которой США осуществляли "ненавязчивое" лидерство широкой коалиции крупных капиталистических стран. Это привело к созданию беспрецедентного единства Запада по отношению к агрессии против Югославии, что отразилось в беспримерной унификации западных СМИ в освещении этой войны. Администрация Буша избрала тактику глобальной империи, которой США будут управлять в одиночку, претензии США на единоличную гегемонию стали более открытыми, что, естественно, не понравилось европейским партнерам, с которыми и раньше не очень считались, однако теперь в случае с Ираком их мнением просто пренебрегли.

Кроме агрессивности нынешней американской администрации, в Ираке сыграл роль и объективный политэкономический фактор – еще одно ключевое противоречие капитализма – противоречие между империалистическими державами в их борьбе за источники сырья, за чужие территории. Если война против Югославии носила идеологически-геополитический характер, и западные державы, как это неоднократно случалось в истории, без особых проблем сплотились против православной страны, то в войне в Ираке идеологический компонент служил лишь для прикрытия истинных политэкономических и геополитических целей США, которые вошли в конфликт с целями большинства крупных стран континентальной Европы. Результатом стало то, что Франция и ФРГ, а позже Испания и Италия отказались участвовать в иракской операции, и это не могло не воплотиться и в медиапространстве этих европейских стран, многие (и не только левая пресса, а и, например, государственные телеканалы РАИ или Франс-2) СМИ которых весьма жестко критикуют войну в Ираке. Гомогенная мировая медиасистема, выстроенная при Клинтоне, при которой агрессию против Югославии в основном поддержали и правые и левые газеты, рухнула.

Уроки истории вполне очевидны – попытки установить мировое господство военными методами, хотя и неизбежны при капитализме, обречены на провал, могут привести к еще более жестоким войнам. Можно лишь приветствовать антиимпериалистическую политику любых СМИ, однако нельзя забывать о том, что полноценное сопротивление возможно лишь на основе системной критики империализма как такового и его стержневого корня – глобального монопольного капитализма.

Итак, основными характеристиками современных глобальных информационных процессов являются:

– усиление гегемонии США и американского медиасектора,

– расслоение западного медиасектора по вопросам ресурсных регионов,

– отсутствие плюрализма по ключевым социальным вопросам,

– пропаганда либерализации и глобализации мировой экономики,

– пропаганда буржуазных, потребительских социокультурных шаблонов,

– борьба с девиантными информационными дискурсами,

– небольшое внимание проблемам бедности, социального и расового неравенства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киссинджер Г. Нужна ли Америке внешняя политика? / Г. Киссинджер. – М., 2002.

2. Прайс М. Масс-медиа и государственный суверенитет: Глобальная информационная революция и ее вызов государству. / М. Прайс. — М., 2004.

3. Экономическая теория (политэкономия) / под общ. ред. акад. В. И. Видяпина, акад. Г. П. Журавлевой. — М., 2004.

4. Africa Hardly Attracts Media Attention Despite Pressing Concerns // (http://www. phpbbforfree. com/forums/viewtopic.php? p=634&mforum=obambla#634)

5. Art, R. J. A Grand Strategy for America. / R. J. Art. Ithaca, 2003.

6. Chavis, R. Africa in the Western Media // (http://www. africa. upenn. edu/Workshop/chavis98. html)

7. Cook, J. Media Assault on Latin America // The Nation. 1.05.2006 (www. thenation. com/com/20060501/grandin0

8. Cornia, G., Helleiner, G. From adjustment to development in Africa: Conflict, controversy, convergence, consensus? / Cornia, G., Helleiner, G. N. Y., 1994. – 417 p.

9. Correspondents of the New York Times, Class Matters. N. Y., 2005.

10. Douglas, S. The Liberal Media Strike Again // These Times, January, 2002.

11. El Saadawi, N. Neocolonialism and Media Dark Age // (http://www. mediachannel. org/views/oped/neo. shtml)

12. Foster, J. B. Aspects of Class in the United States: An Introduction // Monthly Review. Vol. 58, # 3. July-August, 2006.

13. Foster, J. B. A Warning to Africa: The New U. S. Imperial Grand Strategy // Monthly Review. Vol. 58, # 3. July-August, 2006.

14. Herman, E. All the News Fit to Print // Z magazine, April, 1998.

15. http:// www. fair. org

16. http://www. unesco. org

17. Hart-Landsberg, M. Neoliberalism: Myths and Reality// Monthly Review. Vol. 57, # 11. April, 2006.

18. Jordan: Fox News producers resign over Lebanon coverage // Green Left Weekly. 23.08.2006

19. Kempe, F. Africa Emerges as Strategic Battlefield // Wall Street Journal, 25.04.2006

20. McNeill, S. Normalizing the Unthinkable. John Pilger, Robert Fisk, Charlie Glass, and Seymour Hersh on the failure of the world press // Z magazine, June, 2006.

21. Mezzana, D., Anglana, T. W. Una rappresentazione segregante. La costruzione dell'Africa come un mondo a parte (http:// www. greenleft. org. au/back/2006/665/665p246. htm)

22. Moyers, B. This is the Fight of Our Lives // Speech at Inequality Matters Forum, New York University, June, 3, 2004. (http: //www. commondreams. org/views04/0616-09. htm/)

23. Negbenebor, W. Globalization, Independent Media and Development of Africa // Z magazine, March, 1998.

24. O'Brien, S. South Africa: A Global Workers' Media? // (http://www. greenleft. org. au/back/2006/665/665p24b. htm)

25. One world – double standard; newswatch publication in social economic policy (www. globalpolicy. org/soceon. index. html)

26. Parenti, M. Monopoly Media Manipulation // (http://members. tripod. com/thelastmessage/america/media_manipulation. htm)

27. Paterson, C. Prospects for a Democratic Information Society: The News Agency Stranglehold on Global Political Discourse // (http://www. lse. ac. uk/collection/emtel/conference/papers/paterson. pdf)

28. UNCTAD, Trade and Development Report 2002 (http: //www. unctad. org)

29. Wilson, D., Purshothaman, R. Dreaming with BRICs'. # 99. 01.10.2003 (http://www. gs. com)

Рецензент – А. П. Короченский.

Статья принята к печати 10.10.2006.

ПОЛИТИКА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

© 2007 Д. Усманова

Московский государственный университет

Средства массовой информации постсоветской России претерпели множество изменений. Глубинные перемены произошли во всех аспектах функционирования и содержания СМИ, начиная от формы собственности и отношений с властью и обществом и заканчивая внешним видом изданий и способами распространения. Серьезные перемены произошли и в распределении "информационного пирога" между общероссийскими изданиями (которые в советское время назывались центральной прессой) и региональными. Сейчас на долю региональных и межрегиональных СМИ приходится более 90 % газетной аудитории страны[1].

Таким образом, изучение современных СМИ России невозможно без изучения региональной прессы, которая является основной массовой политической коммуникацией для значительной части населения. Региональная пресса имеет свои особенности в каждом субъекте Российской Федерации, она зависит от политического режима, политической культуры в регионе, экономической, культурной, национальной и многих других составляющих. На наш взгляд, Республика Башкортостан является интересным примером для изучения региональной прессы России, т. к. в ней соединились характерные особенности многих регионов: это национальная республика, где проживают представители более ста национальностей, мультиконфессиональная, основными религиями являются православие и ислам, в республике развиты промышленность и сельское хозяйство.

В республике сложился особый политический режим с особыми отношениями между властью и прессой, основанными на господдержке изданий и поддержке изданиями власти. По информационной насыщенности республика входит в пятерку лидеров среди российских регионов. Представляется интересным проследить развитие СМИ республики в последние годы в условиях выстраивающейся вертикали власти и некоторой унификации регионов.

Первая точка исследования пришлась на "расцвет национальной независимости" Башкортостана, вторая – на переходный период, период борьбы за руководство внутри республики и сложного формирования новых отношений с центром, третья – на время сформировавшегося нового режима.

СМИ в период предвыборной кампании 2003 г.: информационные войны, решающая битва. Эти выборы стали в своем роде уникальными: минуя переходную стадию, республика шагнула из "советской" политической модели в современную российскую, считающуюся демократической. Такой резкий сдвиг очень интересно отразился в различных областях: в гиперактивности населения (с "советским", правда, душком, когда основные политические разговоры велись на кухнях, а оппозиционные газеты зачастую тщательно прятались на рабочих местах); в настороженности в административной и экономической активности на самых разных уровнях, когда все решения откладывались "на после выборов"; в "информационных войнах" на страницах газет (газет, т. к. аудиовизуальные СМИ полностью подконтрольны власти, у оппозиционных были заблаговременно демонтированы либо срезаны передатчики). Борьба, развернувшаяся в прессе, на наш взгляд, заслуживает особого внимания.

Официальная пресса, как и раньше, изобиловала портретами Рахимова и описаниями ус-

[1] По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Доклад "Российский рынок периодической печати. 2005 год"

пехов в экономике; из-за высоких цен на агитационные материалы количество оплаченных кандидатами материалов было сведено к минимуму. Впрочем, полностью игнорировать оппозицию, как раньше, уже не получилось, поэтому появились материалы с обличениями "московских олигархов" и их "продажных подельников". Кроме усердия штатных журналистов, в ход были пущены "факты и мнения извне": статистика, доказывающая выгодное положение Башкортостана относительно других регионов, и "Авторитетное мнение" (так называлась рубрика), где были собраны цитаты известных людей, например, Сергея Кириенко и Никиты Михалкова, о республике. В целом набор технологий, пропагандистских по своей природе, остался в государственных газетах прежним: ложные аналогии, фильтрация информации, демонизация противников и героизация своих политических лидеров. Общий тон публикаций стал более экспрессивным, благодаря чему ярче проявилась их пропагандистская природа.

Оппозиционная пресса проявила больше разнообразия. Кстати, ни одно оппозиционное издание не печаталось на территории республики. Из всех кандидатов самыми активными были Сергей Веремеенко и Ралиф Сафин.

"Проверемеенковская" пресса отличалась широким спектром изданий. Регулярно выходившая газета "Выбор народа" (позиционирующая себя как "общественно-политическая и литературно-художественная"), несмотря на относительно "серьезное" оформление и содержание, имела несколько сатирический уклон: изобилие оригинальных фото (например, на первой полосе два снимка – спящего за столом Муртазы Рахимова и зевающих башкирских депутатов, подпись: "Эпоха Муртазы. Придем на выборы и разбудим сонное царство!"); все материалы были подписаны исковерканными именами "прорахимовских" журналистов (так, Стасюконис превратился в Состаканомс, Галина Ишмухаметова – в Галию Шишмухаметову, Ростислав Мурзагулов – в Простислава Муртазагулова и т. д.); наконец, в каждом номере – подборка политических анекдотов, часть из которых – переделанные анекдоты про Брежнева, часть – оригинальные башкирские (где главный герой – Мурзабек Бздуллович Трахимов). Именно смех как главное оружие против режима косвенно доказывает его авторитарность, т. к. известно, что авторитарные власти больше всего боятся быть смешными. И именно "Выбор народа" больше всего подвергался критике в официальной прессе.

Еще одно издание – "Башкортостан. Новое время" (во время кампании преобразовавшееся в "Башкортостан. Время свободы"). По верстке (логотип набран тем же шрифтом), по языку газета напоминала главный президентский рупор "Республика Башкортостан" и, очевидно, была ориентирована на его аудиторию.

Газета "Отечество", традиционно ассоциируемая с давним конкурентом М. Рахимова Арининым, также вошла в арсенал С. Веремеенко. Сила этого оружия была в том, что газета начала выходить и приобрела скандальную известность задолго до появления на политической арене С. Веремеенко и не связывалась в сознании населения с его именем. Имидж "независимости" поддерживался публикацией статей о других оппозиционных политиках. Впрочем, по своему стилю с грубыми оскорблениями и обличениями газета явно проигрывала другим изданиям.

Самым интересным детищем кампании представляется газета "Русский обозреватель". Возглавляемая бывшим редактором "Молодежной газеты", опальным журналистом Виктором Савельевым, она полностью соответствовала типу "общественно-политической" и претендовала на статус "качественной" газеты. Помимо собственно политической (в основном проверемеенковской) части, в газете представлены экологические, социальные, культурные темы.

В отличие от С. Веремеенко (который выступал официальным заказчиком только одного издания "Башкортостан. Время свободы"), Ралиф Сафин вел свою кампанию максимально открыто. Его цветные газеты "Наш Башкортостан. Ралиф Сафин" и бюллетень "Ралиф Сафин" имеют все характеристики предвыборной агитации, причем с отсутствием критики действующего президента.

Следует отметить активно использовавшиеся в большей части оппозиционных изданий пропагандистские методы – дезинформацию, обличения, ложные аналогии, констатацию. Однако грубая пропаганда была отрицательно воспринята обществом, о чем свидетельствует смена тактики оппозицией. В целом, подводя итоги этой кампании, можно сделать вывод: население Башкортостана, искусственно удерживавшееся в авторитарном режиме, "изголодалось" по качественной политической коммуникации.

Старая ситуация (с подпольными газетами, внешне похожими на "Искру", призывавшими чуть ли не к революции, и государственными СМИ, в невозмутимости и оптимизме превосходивших советскую печать) была переломлена. Именно поэтому на задний план отошло как невоздержанно критикующее ре-

жим "Отечество", так и невоздержанно славящая власти официальная пресса. Агитационные издания "замаскированы" под обычные газеты, в которых испытывается острая необходимость (центральная пресса практически отсутствовала в продаже). Потребность в "объективном взгляде" со стороны подтверждается популярностью издания "Регион 02 rus", публикующем подборки материалов из центральной прессы. Самый успешный проект – "Русский обозреватель" – был построен именно на объективности, умеренности и профессионализме. Таким образом, потребность во всесторонней политической коммуникации в обществе возрастает по мере его демократизации, что видно по меняющимся требованиям к СМИ. То есть существует двусторонняя связь между обществом и СМИ: не только пресса формирует общественное мнение, но и обстановка в обществе порождает изменения в прессе.

Однако превалирующая в регионе политическая культура неучастия возобладала после всплеска активности перед выборами. Вскоре после выборов новые газеты, с интересом воспринятые населением, исчезли, старые вернулись к старому формату.

СМИ в период предвыборной кампании 2004 г.: бескорыстная любовь к власти. Если в общероссийских изданиях еще можно было найти различные подходы к выборам – информационное освещение хода кампании, анализ претендентов и анализ института выборов в целом, то в региональной прессе тематика была строго ограничена.

Прошедшие в 2004 г. выборы Президента России наглядно показали, на наш взгляд, собственную позицию журналистов Башкортостана. В данном случае, как и в других, под журналистской позицией следует понимать не отдельных людей, а "поле журналистики" в терминологии П. Бурдье.

В двух основных республиканских газетах – "Республике Башкортостан" и "Вечерней Уфе" – за последний месяц предвыборной кампании вышло соответственно 36 и 27 материалов, связанных с выборами. Из 36 материалов в "РБ" 23 были связаны с В. Путиным, в "ВУ" – 18 из 27. По объему эти материалы превосходят все остальные вместе взятые, т. к. именно на действующего президента приходилась львиная доля аналитики, в то время как другие претенденты упоминались чаще в новостях.

Чем было вызвано такое участие этих газет в предвыборной кампании президента? Необходимо учитывать, что совсем недавно прошли выборы президента республики, сильнейшим образом мобилизовавшие как государственные, так и оппозиционные издания. Оппозиционные исчезли после первого тура выборов, государственные еще не окончательно пришли в себя после крайне жестко проводившейся кампании. Так что, по башкирским меркам, их участие можно оценить как "умеренное". Тем не менее технологии (по привычке?) использовались сугубо пропагандистские – "повозка с оркестром", когда все – от простой учительницы до видных фигур бизнеса и политики – высказывались в поддержку В. Путина, ложные аналогии (в адрес оппонентов высказывались нелепые обвинения с такой же аргументацией), объективный подход (все аналитические силы редакций были направлены на обоснования эффективности В. Путина у власти), семантические методы (неблагоприятный образ оппонентов усиливался фразами вроде "самурайская стойка Хакамады" и т. д.).

Существуют две возможные причины, побудившие издания агитировать за Путина. Первая – агитация вызвана внешними факторами (проплачена избирательным штабом либо "продавлена" с использованием административного ресурса); вторая – внутренними факторами, добровольным решением редакций активно поддержать действующего президента. Не имея возможности достоверно узнать истинную причину, рискнем предположить, что имели место обе. Внешним влиянием, несомненно, выступил пресловутый административный ресурс – местные власти традиционно принимают деятельное участие в продвижении нужных кандидатур даже на уровне муниципальных советов, не говоря о выборе президента страны. Но в данном случае, на наш взгляд, решающей выступила вторая причина – добровольное участие редакций. На наш взгляд, именно "габитус" и политическая культура всего общества и журналистов в том числе стали основной причиной добровольного выбора роли пропагандистов.

Причем среди авторов журналисты составляли немного и в "ВУ", и в "РБ". Остальные – известные политики, деятели культуры, простые граждане, 100 % которых выступали агитаторами действующего президента. В ход были пущены как серьезные выкладки и анализ ученых, так и эмоции и ожидания простых рабочих и учителей. Богатая выборка создала впечатление всереспубликанского единоголосия и полного единения.

В случае с Башкортостаном политическая культура играет решающую роль. Пользуясь

терминологией П. Бурдье, на социальные практики агентов главным образом влияет габитус. Каков этот габитус в республике? Какие добродетели стали необходимостью?

Как ведет себя 2,7 % российских избирателей? Прежде всего политологи отмечают доминирование "приходской" и "культуры подчинения", которые требуют мобилизационного подхода[2]. Если раскладывать электорат по политической направленности, то получается следующая картина: наиболее последовательные сторонники у демократического и коммунистического направления, неустойчив электорат национально-ориентированных сил и "центристов". Так как в республике доминирует политическая культура "мобилизационного" типа и представителей политической культуры участия гораздо меньше, рациональный политический выбор делают не более четверти всех избирателей; около половины принимают решения о политической поддержке аттрактивно, на основе эмоций. Остальные вообще предпочитают уходить от решений политического свойства[3]. В избирательных предпочтениях в республике действует и географический фактор: городское и сельское население голосует практически диаметрально противоположно. Городское население (64,7 %, это почти на десять процентов ниже, чем в среднем по РФ, причем половина проживает в малых городах, относительно недавно перешедших в статус городов) более охотно голосует за демократов и оппозиционные силы, что, как уже говорилось, категорически не совпадает с предпочтениями на селе. Во многом объясняет разницу тот факт, что половина всех малых предприятий республики (основа демократических сил и настроений) сосредоточена в одной Уфе[4]. Некоторые тенденции в голосовании можно выстроить и по национальному признаку. По данным президентской кампании 1999 г., башкиры и татары голосовали гораздо консервативнее, чем русские (у башкир, например, по данным первого тура: Б. Ельцин – 22,59 %, Г. Зюганов – 29,61 %, у русских – 28,77 % и 23,57 % соответственно[5]). Возможно, это связано с установками ислама, не приветствующего резких перемен и отрицания прошлых лидеров.

К сожалению, эти исследования электоральных предпочтений датируются 1999 г. С тех пор многое изменилось, но, на наш взгляд, указанные тенденции лишь усугубились. Создание главной партии без четких политических ориентаций сильно облегчило выбор как "сомневающемуся" электорату, голосующему в последнюю минуту, так и той части избирателей (более половины в республике), на выбор которых влияют власти с помощью мобилизационного подхода. Высочайший авторитет В. Путина косвенно подтверждается вторым туром выборов президента РБ-2003: после визитов М. Рахимова в Москву и полпреда Приволжского федерального округа С. - Кириенко в Уфу рейтинг М. Рахимова резко вырос, и его победа была практически абсолютной. Характерно, что после победы М. Рахимова имена его недавних конкурентов и вообще выборы стали табу в прессе.

Складывается следующая картина: в относительно богатой республике с высоким уровнем жизни большая часть населения предпочитает о политике либо не думать вообще, либо думать так, "как скажут". Вызвано это многими факторами: остатками советской психологии; социальными (преобладают крупная промышленность, при которой человек полностью зависим от начальства, и сельское хозяйство, преимущественно колхозного типа, которые способствуют подданнической политической культуре); в какой-то мере влияют национальные и религиозные факторы, характерное для ислама почитание старших (начальников, власти); современная политическая история Башкортостана, отбившая у многих оппозиционное мышление и какое-либо желание задумываться о политике. В местных СМИ царит гармония и идиллия: газеты – это республика, поющая песни самой себе. СМИ, подавляющее большинство которых существует за счет господдержки, имеют вид довольных ситуацией. Может, читателям действительно нужны именно такие политические коммуникации – позитивные и бесконфликтные?

Лояльность башкирской массовой политической коммуникации к власти и приверженность существующим порядкам – проявление ли это спектакля для населения-стада, думающего лишь о насущном, или логичное предло-

---

[2] Савичев В. Л. Электоральное поле в Республике Башкортостан: состояние, динамика, основные тенденции: Автореф. дис. ... канд. полит. наук / Савичев В. Л. – Уфа, 1998. – 25 с.

[3] Савичев В. Л. Указ. соч.

[4] Башкортостан на выборах: электоральное поведение населения. – Уфа, РИО БАГСУ, 1998. – 45 с.

[5] Электорат Башкортостана. – Уфа, ЮУИ МВД РФ, 1999. – 175 с.

жение на спрос населения, в силу своей политической культуры и габитуса желающего спокойной жизни под твердым началом?

Настораживает не участие населения (это, скорее, признак культуры участия), а тональность выступлений. Меньше всего рефлексии и анализа, преобладают восторг перед президентом и нетерпимость к инакомыслию. Спектакль для такого общества, не созревшего для ироничного к нему отношения, может привести к одурманиванию сознания и сильному ухудшению политического вкуса.

СМИ летом 2005 г.: робкий анализ российских реформ. Были проанализированы два основных печатных ресурса массовой политической коммуникации – газеты "Республика Башкортостан" и "Вечерняя Уфа" – за период с 15 июня по 15 июля 2005 г. Этот месяц включил в себя две недели до выборов в городские и сельские советы и две недели после.

Примечательно, что в целом кампания прошла очень спокойно. Единственным напоминанием о прошлых неспокойных выборах стали две истории: о листовках с информацией о штрафе за неявку на выборы и о поддельных листовках, где от имени действующего мэра Уфы Павла Качкаева уфимцев призывали голосовать за певца Юрия Шевчука. Журналисты достаточно спокойно высмеяли листовку, выловив многие фактические и орфографические ошибки, назвали ее "еще одной пиаровской прививкой" и сделали намеки на то, что в Уфе "орудует шайка московских пиарщиков"[6]. Не считая этих случаев, о выборах писали мало, лишь отмечая высокую активность кандидатов (по пять-шесть человек на одном участке) и больше внимания уделяя бытовым организационным вопросам[7].

В целом разговор о выборах удалось направить в сугубо рабочее русло. Так, в интервью с Председателем Государственного Собрания К. Толкачевым были затронуты правовые аспекты перехода к местному самоуправлению, финансовые, обсуждались сроки, а о самих выборах говорилось мельком, как о небольшом рабочем моменте[8].

Подводя итоги выборов, журналисты делают вывод, что местные выборы, которые в европейских странах являются главными, т. к. выбирается самая "близкая" власть, нам еще чужды, "нам интереснее выбирать президентов и парламентариев высокого полета"[9].

Можно сделать вывод, что выборы в местные Советы играли на страницах газеты далеко не первую роль. На переднем плане были фермеры, руководители хозяйств, лучшие трактористы и председатели колхозов из разных районов (газета республиканская, внимание к селу всегда подчеркнутое, а время исследования – июнь, самое "горячее" для сельских корпунктов). Газета "Вечерняя Уфа" уделила выборам еще меньше внимания, хотя логично было предположить, что

Характерно, что газете удалось уйти от грубой косвенной рекламы, обилие которой в недавнем прошлом сильно способствовало снижению тиража (материалами вроде "Руководитель будущего" о директоре магазина было заполнено больше половины газетной площади). Бизнес в газете присутствует, но уже в более интересной форме, а не в виде статей про одного человека для этого же человека. На наш взгляд, очень показательно открытое письмо Ассоциации организаций предпринимательства РБ: "В 90-е годы минувшего века общество переживало сложные структурные перемены в экономике, менялось сознание и менталитет людей. Понадобились усилия властных структур, чтобы в Башкортостане был возведен надежный и добротный, доказавший свою прочность корпус государственности и социального уклада. Современное устойчивое и стабильное развитие республики позволяет перейти к "внутренней отделке" государственного здания. И в этом свою роль должны сыграть представители бизнеса, люди, доказавшие свою способность по-деловому, конструктивно вписываться в интерьер реформируемой экономики Башкортостана"[10]. Такая сложная метафора логична в республике, занимающей второе место в России по строительству. "Внутренняя отделка" предполагает социальную ответственность бизнеса, развитие производственных мощностей, повышение ценности

---

[6] Шоу, вы говорите? Ну-ну... // Республика Башкортостан. – 2005. - № 116. – 18 июня.

[7] Активность претендентов привлекает избирателей // Республика Башкортостан. – 2005. - № 119. – 23 июня.

[8] Наша цель – создать условия для успешной работы местной власти // Республика Башкортостан. – 2005. - № 118. – 22 июня.

[9] Утомленные битвами // Республика Башкортостан. – 2005. - № 123. – 29 июня.муниципальные выборы сильнее заинтересуют городскую газету.

[10] Как бедным стать богатыми? // Вечерняя Уфа. – 2005. - № 120. – 24 июня.

доброго имени и репутации, исключение недобросовестных фирм из предпринимательского сообщества. В качестве примера успешного развития бизнеса приводится Япония. На наш взгляд, артикуляция деловым миром сходства развития Башкортостана и развитых азиатских стран не случайна. Возможно, отношения власти и общества, бизнеса и власти, бизнеса и общества в силу исторических и национальных факторов стремятся к такой модели (скорее китайской, чем японской).

В целом за этот период массовые политические коммуникации в республике выступили в обычной роли управляемой МПК. При этом на первый план вышли континуитивная функция (выразившаяся в конструктивном обсуждении новых порядков), а также образовательная (читателям пояснялись детали реформы самоуправления) и интеграционная (в обсуждении выступили разные слои населения). Характерно, что функция артикуляции общественных интересов, которую логично было бы предположить основной в обсуждении органов местного самоуправления, не выполнялась. Возможно, это связано с тем, что тема настолько новая и непонятная, что общественное мнение по ее поводу не сформировалось (обычно его активно формируют массовые политические коммуникации республики по заказу власти, но, возможно, по этой новой теме однозначного мнения нет и у власти). Пожалуй, эти выборы дали редкую возможность наблюдать выполнение основными ресурсами массовой политической коммуникации республики функции критики власти. Реформа местного самоуправления подвергалась не только осмыслению, но и анализу и критике. Следует отметить, что в роли конструктивных критиков местные СМИ смотрелись довольно неплохо. Думается, массовые политические коммуникации республики, а также власть и общество, много выиграли бы, если бы местные СМИ выполняли эту функцию не только в отношении федеральной политики, но и республиканской.

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 14.11.2006.

КОЛУМНИСТИКА: ПРОБЛЕМЫ ЖАНРОВОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

© 2007 С.С. Успенская

Воронежский государственный университет

О том, что "все смешалось в системе жанров отечественной журналистики", говорили еще советские исследователи процессов жанрообразования. Однако на рубеже тысячелетий констатировать это и не предложить своей, "эксклюзивной" жанровой структуры считалось уже "дурным тоном". Сегодня наряду с советской, уже явно не классической, системой жанров появились, нашли своих сторонников и развиваются подходы, предложенные профессорами Прониным, Кройчиком, Тертычным.

Отличительной чертой нашего времени является и понятие гибридизации: жанры не просто умирают и рождаются, они органично используют друг друга, производя на свет такие жанровые симбиозы, что даже опытный исследователь не может их идентифицировать.

Говоря о тенденциях развития современных отечественных массмедиа, стоит отметить и еще одну – к экспансии западных форм журналистики. Благодаря проникновению в отечественную медиасреду западноевропейских и американских (англо-саксонских, "островных") моделей журналистики, в том числе и жанровых форм, в обиходе и теоретиков, и практиков появились новые определения для таких, в общем-то, знакомых нам понятий, как "колонка", "журналистское расследование". О них, вслед за западными коллегами, заговорили как об особых текстовых структурах.

Еще пятнадцать лет назад колонка была знакома российским читателям лишь на примере частного случая, а именно в виде "колонки редактора" какого-либо издания. Но тенденции изменения российского информационного поля, а также общемировые, в том числе постмодернистские тенденции, привели к тому, что сегодня колонка одна из самых востребованных на страницах российских СМИ текстовых форм.

Именно колумнистика, на наш взгляд, наиболее полно отражает процессы, происходящие в современном информационном пространстве. Уже в течение довольно долгого времени вокруг этого термина идут споры. Одни исследователи теории журналистики говорят о том, что колонка – строго определенная количеством строк вертикаль на газетной странице – является рубрикой, другие – о том, что она является видом комментария, третьи называют ее разновидностью эссе, четвертые замечают, что колумнистики как таковой у нас в стране вообще не существует, пятые называют авторскую колумнистику последним оплотом свободной политической мысли и совестью нации.

Рассматривая вопрос о жанре колонки в западной журналистике, в первую очередь стоит говорить о иной жанровой классификации, которую используют в США, да и в Европе. Для англо-саксонской модели журналистики жанр – это, скорее, тип художественной формы литературного произведения, характеризующийся общностью структурно-композиционных и стилистических признаков, специфичных именно для него.

Стоит отметить, что на Западе теория журналистики в принципе разработана слабо, превалирует практический подход, а под жанрами подразумеваются группы текстов, сходные по форме. Да и самой жанровой классификации как предмета теоретического изучения не существует. Под жанром понимается "группа художественных произведений, объединенных общим стилем, формой или содержанием" [3], "тип литературного или художественного произведения; стиль авторского самовыражения" [4], то есть само понятие жанра отличается от принятого в российской теории литературы и журналистики. Если отечественные исследователи пытаются анализировать природу жанра, то их западные коллеги просто объединяют тексты в весьма условные группы для удобства практиков.

Вместе с тем американские журналисты значительно больше внимания, чем их европейские коллеги, уделяют не форме, а содержанию публикуемых материалов.

Один из основных законов англо-саксонской журналистики гласит: новости и комментарий к

ним должны печататься раздельно. Один из самых известных в Англии редакторов К. П. Скотт ("Гардиан") говорил: "Факты священны, комментарий свободен", – подчеркивая тем самым, что у каждого человека есть свое мнение, но лишь немногие обладают подлинной информацией. Разделение между новостями и комментарием закреплено в существующей на Западе традиции собирать комментарии на определенных страницах.

Исторически жанр колонки возник как "человеческий комментарий" к событию, про которое уже распространились сухие новостные сводки.

Так что же представляет собой западная колумнистика?

Американские газетчики выделяют несколько значений английского слова "column". Прежде всего, это просто газетная колонка как элемент внутренней структуры и оформления. Отсюда и все производные: материал, размещенный на одну колонку; раздел или отдел в газете или журнале и – собственно американское – фельетон, колонка юмора. Журналиста, ведущего определенную рубрику, называют "column conductor" или "columnist".

Американская энциклопедия писателя определяет колонку так: "короткий газетный или журнальный материал, посвященный какому-то узкому кругу интересов или обстоятельствам в широком смысле слова, написанный ясно и лаконично, имеющий объем в 350-500 слов и появляющийся регулярно (ежедневно, еженедельно и т. д.) с обязательным указанием имени автора" [7].

В немецкой журналистике под колонкой понимается "короткое выражение мнения, которое не занимает больше одной газетной колонки. Такие колонки в большинстве своем появляются регулярно на одном и том же месте с одинаковым названием или как именные колонки одного автора. Колонка похожа на реплику и комментарий" [5].

Испанцы, у которых теория журналистики, в отличие от их англоязычных коллег, разработана очень серьезно (а развитие колумнистики, аналогично нашей, было прервано франкизмом, а затем началось снова), уделяют колонке много места не только на газетных и журнальных полосах, но и в учебниках по журналистике и научных статьях. Мария Иисус Касальс Карро, профессор факультета журналистики Мадридского университета: "Дать определение колонки можно "из разных углов". Зависит от критерия, который берется за основной: ее положение в газете, исторический контекст или чувство нормы. На самом деле слово "колонка" – неологизм, образовавшийся в результате метонимии (переноса части – места на газетной полосе – на целое: разделение на колонки журналистских текстов вошло в практику с XVIII века). Этим неологизмом обозначается подписанная (авторская) статья, которая публикуется с определенной регулярностью и занимает определенное место в газете. Это определение можно взять в качестве практико-описательного, имея в виду газету как основной фактор. Но если попытаться дать нормативное определение, задача усложняется, потому что одна из главных характеристик колонки – это ее разнообразие во всех проявлениях. В любом случае, колонка стоит то, что стоит ее подпись, и это выражается в зависимости от таланта личности. Колонка – это статья-мнение, которая может быть размышляющей или, наоборот, неразмышляющей; направляющей или загадочной; аналитичной или страстной, осуждающей или предписывающей, всегда оценивающей, субъективной, потому что она не может быть другой" [2].

Колумнистика – чаще всего атрибут качественной прессы, которая оказывает свое влияние на общество информированностью, аналитичностью, способностью предвидеть будущее, а не громадными тиражами. Кроме того, качественная пресса способна влиять на умонастроения элиты, принимающей важные решения. Отсюда и особые, повышенные требования к колумнистам.

Чтобы стать колумнистом, надо сначала заработать себе имя. В типичной американской ежедневной газете, где штат значительно превышает сотню (а иногда и не одну) человек, писать редакционные статьи и вести рубрику могут только два-- три наиболее подготовленных журналиста по указанию главного редактора. На колонку известного автора могут подписываться газеты, как, скажем, на информацию Ассошиэйтед Пресс или другого информационного агентства. Таким образом, одна и та же колонка авторитетного журналиста может появиться в газетах Северной Каролины и Калифорнии, Массачусетса и Техаса в один и тот же день.

В последнее время в американской прессе идет активная дискуссия по поводу исчезновения колумнистики, ее исчезновения именно в ежедневной городской газете, в которой колумнист – есть голос и совесть гражданского общества. Многие, как Дейв Либер, колумнист *"Fort Worth Star-Telegram"* и председатель ежегодного съезда Национального общества газетных комментаторов, винят в этом самих колумнистов, которые стали "ленивыми, неактивными, неострыми" [6], другие объясняют все изменениями в сознании аудитории, которой нет дела до того, что происходит в городах, у которой ни "общей жизни", ни даже "общего образа жизни", а кто-то, как Дэн Гилмор, бывший колумнист, автор книги "We, The Media", говорит об изменении самого информационного поля, когда на место привычной городской колумнистики приходит (по образному вы-

ражению журналиста Тома Эбата) "мини-колумнистика", когда "Золотой век колумнистики" прошел, не стало талантливых журналистов прошлого (среди которых называют Майка Ройко, Хёрба Кэна, Джимми Бреслина), а голоса тех, кто остался, уже недостаточно сильны, чтобы перекричать пятьсот телевизионных каналов [1].

Говоря о появлении колумнистики в российской публицистике, в первую очередь стоит сказать о тех изменениях современного информационного поля, которые пережила Россия в начале 1990-х. Наиболее полную характеристику этих изменений мы находим у Л. Е. Кройчика [9].

Так, он говорит о существенном отличии постсоветской журналистики от ее предшественницы.

"Во-первых, на смену директивной, одноцветно идеологизированной прессе пришла публицистика более раскованная по мысли и стилю.

Во-вторых, современная публицистика все отчетливее персонифицируется. Автор перестает быть обезличенным ретранслятором передаваемой информации – он все явственнее становится ее интерпретатором. Точка зрения конкретного лица интересна сегодня сама по себе...

Персонификация текста вызвана к жизни не только общим процессом демократизации постсоветского общества, но и тем, что в условиях существующего ныне рынка информации товаром становится не просто новость, а новость, "упакованная" в публицистический текст. Публицистический текст, как известно, напоминает двугорбого верблюда: первый горб – факт, второй – отношение автора к факту. Спрос на личностную журналистику в условиях растущей конкуренции СМИ создал прецедент выбора. Публицист откликается на этот спрос предложением собственного имени. Имя (в широком смысле этого слова) становится знаком издания или канала, представляющих это имя...

Третья особенность современной российской прессы, по Л. Е. Кройчику, – "она работает в режиме диалога с аудиторией... Диалогичность рождает многоголосие, возникает эффект субъективности; полифонизм звучащих голосов, предлагающих различные точки зрения, побуждает аудиторию к самостоятельному определению собственной позиции. Учитывая это, настраиваясь на волну ожиданий аудитории, пресса одновременно ориентируется и на более занимательную, более остроумную форму подачи материала. Диалог с аудиторией предполагает ее отклик на предложенный текст, интерес к нему. Интерес возможен тогда, когда публицист не просто предлагает факты, заслуживающие, с его точки зрения, внимания, но и сообщает о них в яркой, воздействующей на эмоции аудитории форме.

Четвертая особенность современной публицистики – возросшая роль приема в обработке материала. Текст все очевиднее приобретает черты литературности: меняется его стилистика, слово становится более экспрессивным, более эмоциональным и остроумным...

Рубеж XX–XXI вв. входит в историю как эпоха эссеизации публицистики: от персонификации повествования до перевода субъекта высказывания в действующее лицо исторического процесса – только один шаг. И этот шаг уже сделан. Мир и субъект, этот мир воспринимающий, в равной степени становятся предметом исследования. Публицист сегодня ощущает себя не сторонним наблюдателем описываемых процессов, а равноправным их участником. Автор предлагает аудитории текст, который перестает быть равновеликим жанру" [9].

Если проанализировать эти выводы в контексте нашего исследования, то можно немного переиначить слова Л. Е. Кройчика, заметить, что все это дает возможность для развития не только эссеистики и фельетона, но и колонки. Поскольку колонка как раз и берет свое начало с одной стороны с сугубо практического оформительского момента, а с другой – ее родоначальниками во всем мире являются как раз жанры эссе, фельетона, комментария.

Еще одно интересное замечание, связанное с вечной оппозицией информация – комментарий, новость – мнение, дает С. Митрофанов: "В течение долгого времени информационная журналистика отрицала авторские колонки и даже на какое-то время смогла вытеснить их на периферию, но именно сейчас идет процесс возвращения авторов, поскольку выработался такой механизм, что осмысление политики происходит исключительно в авторской колонке. И больше нигде. Она как бы заменяет нам парламент (потерявший гражданское значение) и гражданское общество" [10].

Говоря о существенных изменениях, которые претерпели российские СМИ и, в частности, жанровая структура газеты, после перестройки, можно привести несколько цифр. Так, согласно анализу представительного корпуса газетных текстов за 1997 г. (более 3 тысяч текстов 11 газет различной политической направленности и региональной принадлежности), можно с уверенностью говорить о перестройке в системе газетных жанров. Количественное соотношение текстов различных жанров на страницах газет может свидетельствовать об устаревании одних жанров, актуализации других в связи с изменением языкового вкуса, переосмыслением роли печати в обществе и другими экстралингвистическими факторами. "Практически исчез жанр передовой статьи; публикации, отражающие позицию газеты, занимают ее место на газетной полосе, но не заменяют функционально.

Близки к исчезновению жанры фельетона и памфлета. В ряде изданий их функции берут на себя такие жанровые формы, как "личная колонка", но чаще используются жанровые возможности комментария и комбинированные формы (корреспонденция, комментарий и др.)" [11].

С появлением Интернета лишь очень небольшое время отделяло нас от того момента, когда колумнисты получили также и сетевую прописку. Однако понадобился достаточно долгий период "созревания", прежде чем выяснилось, что "колонка" в применении к Интернету – это все-таки, говоря образно, "химия". Объединившись, колонка и Интернет подарили миру блоги. Именно они дают возможность получить в сети информацию о том, как относятся к этим фактам те, чье мнение по многим вопросам совпадает с вашим собственным. Так, в сетевых СМИ начинают осуществляться некоторые, отсутствующие ранее социально-психологические функции массовой коммуникации, такие как функция аффилиации (приобщения к конкретным социальным группам, сопричастности с ними) и самоутверждения.

Несомненно, подходы к жанрообразованию в журналистике на рубеже тысячелетий изменились. С одной стороны, мы видим тенденцию к его усложнению и, соответственно, к усложнению жанровой структуры[1]. С другой стороны – к упрощению системы журналистских жанров[2]. По мнению некоторых исследователей, современный жанр довольствуется ролью "помощника", представления о нем помогают журналисту выполнить ту или иную конкретную творческую задачу, упрощают взаимопонимание между коллегами. Для решения конкретной задачи журналист достаточно часто пользуется элементами практически всех, известных ему, жанров. Происходит так называемая "гибридизация" жанров, рождаются даже относительно устойчивые "гибридные" формы. И это при том, что вариантов творческих задач со временем становится ничуть не больше, скорее наоборот.

Итак, жанр категория хоть и устойчивая, но изменяющаяся; с течением времени жанры могут умирать, рождаться новые, могут появляться гибридные формы. Значит, можно выделить новый жанр, если он отвечает определенной классификации или определенным категориям.

Кроме того, доказывая тезис о том, что в современном газетном мире авторская колонка из рубрики постепенно превращается в публицистическую жанровую (наджанровую) форму, имеющую свои особенности, мы можем вспомнить прецедент с фельетоном, рождение которого относят к 28 января 1800 г., когда в парижскую газету "Журналь де деба" ("Journal des Debats") был впервые вложен дополнительный листок (feuilleton), в котором стали печататься объявления, театральные и музыкальные рецензии, сообщения о модах, шарады, словом, не политические, не официальные материалы. Точнее, это было рождение рубрики, а не жанра. С увеличением формата газеты фельетоном стали называть её "подвал". Под рубрикой фельетона печатались даже романы ("Парижские тайны" Э. Сю, "Три мушкетёра" А. Дюма), давшие начало "роману-фельетону", ориентированному на вкусы массового читателя. Материалы под рубрикой фельетона нарушали официальную серьёзность, шаблонность и абстрактность казённого стиля, хотя нередко тяготели к развлекательной нравоописательности. Даль определил фельетон как "отдел россказней в газете" [13]. Постепенно разнородные тексты, объединяемые одной только рубрикой, пришли к единой форме, обрели общие признаки и сейчас едва ли кто-то усомнится в том, что фельетон давно стал полноправным журналистским жанром, к сожалению, сегодня умирающим.

Так почему же многие современные исследователи отвергают возможность появления жанра авторской колонки?

Чаще всего сегодня встречается взгляд на колонку как на рубрику и его можно сформулировать так: колонка – это авторская рубрика, которую каждый автор заполняет по собственному усмотрению, и в частности, пишет тексты в любом удобном ему жанре. В таком случае логичным представляется выяснить, какие жанры преобладают, какие являются обычными для этой рубрики, и можно ли вообще отнести все тексты, написанные под рубрикой колонки, к известным нам жанрам, и есть ли основания относить тексты, написанные в колонке, к особой жанровой форме?

Однако, анализируя тексты современных колумнистов, а также различные определения, которые дают колонке российские и зарубежные исследователи, мы приходим к выводу, что значи-

---

[1] Здесь можно обратиться к работам профессора А. А. Тертычного, предлагающего больше двух десятков жанровых разновидностей только в аналитической группе. См., например, – Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

[2] Известный политолог и редактор В. Т. Третьяков в своем курсе лекций говорит всего о четырех известных ему жанрах журналистики: информации, репортаже, интервью и статье. – Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / В. Т. Третьяков. – М., 2004. – 820 с. – С. 623.

тельная часть текстов колумнистов не вписывается в рамки известных нам жанров. Более того, рассматривая комментарий и эссе как жанры, наиболее близкие колонке, мы видим, что колонка не описывается жанрообразующими признаками ни того, ни другого, и что в этом месте между аналитическими жанрами и художественно-публицистическими есть некий "зазор", который, в принципе, может быть заполнен каким-то новым жанром. Мария Иисус Касальс Карро: "Одна из характеристик колонки – это то, что форма выражения важна так же, как и содержание. Форма и глубина. И что это литературный продукт, употребляемый массами, значит, очень широкой и торопливой публикой. Отсюда ее вынужденная краткость: на небольшом пространстве нужно представить тему или проблему, о которой все будут говорить, развивать аргументы с большой риторической изобретательностью и сформулировать последний абзац так, чтобы это было больше, чем суждение, закрыть круг вопросов, открытый в принципе, абзац, который хочет оставить след. Поэтому колонка может сочетать, как никакой другой жанр журналистики мнений, качества литературы с ее безапелляционностью мнений, с воображением художника, связанным с жизненной идеологией или чувствами, которыми писатель хочет поделиться. Колонка не привязана к непосредственной актуальности. Часто ее заботят те случаи или проблемы, которые не являются новостями, потому что остались вне круга внимания; в другие разы она достает факты, которые уже остались в прошлом среди информационной быстротечности, но ценны своим индивидуальным содержанием; также возможен личный анализ – идеологический, эмоциональный – дел минувших. Или просто внутренняя рефлексия. Или литературное развлечение. Или упражнение на проверку принципов и убеждений. Или ничего. На самом деле, колумнист не принимается за работу, чтобы написать о чем-то конкретном... просто, чтобы написать. Важна форма и манера, представляющая издание" [2].

При анализе колонок современных авторов мы можем отметить, что значительная группа текстов, написанных под рубрикой колонки, обладает сходными признаками, что позволяет говорить о возможности объединения этих текстов неким особым, новым жанром публицистики. И хотя говорить о существовании полноправного жанра колонки пока еще рано, есть все основания утверждать, что формирование этого жанра уже началось и что культурно-историческая ситуация, сложившаяся в стране, способствует появлению новой жанровой формы.

Таким образом, подчеркивая, что колонка еще не устоялась как жанр в системе жанров отечественных СМИ, мы полагаем, что в настоящее время идет процесс ее становления, есть все предпосылки к появлению нового жанра.

ЛИТЕРАТУРА

1. Abate T. Cause if you ain't Mass Media, you're Mini Media / Tom Abate // MiniMediaGuy – (http://minimediaguy. org/2005/10/ call_it_columnism. php)

2. Casals Carro M. J. La columna periodнstica: de esos embusteros dнas del ego inmarchitable / M. J. Casals Carro – (http://www. ucm. es/info/emp/Numer_06)

3. Genre. – WordNet 2.0, Princeton University, 2003 – "G". – (http://dictionary. reference. com/search? q=00-database-info&db=wn)

4. Genre. – The American Heritage Dictionary of the English Language, Fourth Edition – "G". – (http://dictionary. reference. com/search? q=genre)

5. Kolumne. – Wikipedia, der freien Enzyklopadie. – "K". – (http://de. wikipedia. org/wiki/Kolumne)

6. Twomey S. The Case Of The Vanishing Columnist / Steve Twomey // Columbia Journalism Review at Columbia University's Graduate School of Journalism. – 2005. – Issue 5: September/October. – (http://www. cjr. org/issues/2005/5/twomey. asp).

7. Writer's Encyclopedia. – "C". – Column – (http://www. writersmarket. com/encyc/c. asp)

8. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка / В. Даль // В 4 т. – М.: Прогресс, Универс, 1994. – Т.4. – С. 1136.

9. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. Ред.-сост. С. Г. Корконосенко – СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. – 272 с.

10. Митрофанов С. Эфэсбэзация страны или всегдашние фобии авторов? / С. Митрофанов. – (http://www. smi. ru/print/? id=20691)

11. Савчук С. О. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты / С. О. Савчук // Русский язык: исторические судьбы и современность. – М., 2001. – 480 с. – С. 266-267.

Рецензент – Ю. А. Гордеев.

Статья принята к печати 08.12.2006.

ТИПОЛОГИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕССЫ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ СМИ

© 2007 В.И. Штепа

Московский государственный университет

Специфические особенности корпоративной прессы требуют определения ее места в системе средств массовой информации. В одной из работ отмечается, что "характер информации, с которой такая пресса работает, а также характер самих коммуникаций, которые она обеспечивает, позволяет утверждать, что она входит в состав деловой прессы, являясь специфическим ее видом"[1]. Можно утверждать, что деловая пресса – это вид прессы, социальная функция которой состоит в обеспечении бизнес-коммуникаций и не ограничивается только бизнес-сообществом. Содержательная палитра ее шире собственно бизнес-информации, оперирует любой информацией, могущей оказать влияние на поведение субъектов рынка. Корпоративная пресса, являясь специфическим видом деловой прессы, ограничивает эту информацию интересами конкретной компании, и ее влияние на поведение субъектов рынка ограничено сферой интересов компании.

Деловая пресса является качественной по определению. В силу понимания своей социальной ответственности она следует принципу достоверности, объективности, независимости суждений и авторитетности мнений. Теряя эти качества, она перестает выполнять свою основную социальную функцию и переходит в другой тип прессы. То же самое можно отнести и к корпоративной прессе. Более того, учитывая целевую аудиторию этого вида прессы, она по определению не может использовать некачественную информацию. Принцип достоверности информации как характерная черта этого вида прессы относит ее к типу качественной прессы. Весь бизнес в деловой прессе построен на фундаменте доверия читателей к источнику информации. На этом строится репутация издания – как самый дорогой актив его стоимости.

Специфичность ***корпоративной*** прессы как разновидности деловой в этом смысле отличается тем, что объективность и достоверность информации в принципе ограничены интересами компании (исключения могут составлять фирмы с высокой степенью конкурентной способности). Это и позволяет рассматривать такую прессу не только как специфический вид, но и как самостоятельный вид деловой прессы. Корпоративная пресса в системе СМИ по определению является узкоспециализированной, когда она ориентирована на персонал компании. Специализированной она является и для клиентов или партнеров. В любом случае ее универсальность ограничена интересами компании, что не исключает выполнение ею своей социальной функции – создание гармоничных отношений с внешней и внутренней общественностью по всем направлениям деятельности компании. Это определяет место корпоративной прессы в системе СМИ. С другой стороны, корпоративной прессе присущи все функции средств массовой информации, лежащие в основе журналистики: информационные, политические, идеологические, просветительские, культурно-развлекательные и др. Эти функции проявляются в связи с задачами, которые решает корпоративное издание как обладающее всеми признаками средства массовой информации.

Нами были использованы результаты масштабных исследований, которые были проведены для Ассоциации менеджеров России в 2004 году[2]. Исследование этих и других изданий

[1] Мурзин Д. А. Очерк типологии деловой прессы / Д. А. Мурзин // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2003. - № 2. – С. 64-75.

[2] Исследование включало 64 издания 52 компаний, из них 45 – с заявленными тиражами. Спектр тиражей – от 300 до 3 млн экз. Список представлял все формы и технологии печати, все виды периодических изданий: 32 газеты, 19 журналов, 6 бюллетеней, отчеты. Подробнее см.: Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. - № 1. – С. 55-67.

(включая корпоративную прессу нефтегазового комплекса) позволяет выделить в российской практике периодических корпоративных изданий три типа – по их функциональным признакам:

– внутрикорпоративные издания, включая бывшие заводские многотиражки и заводские издания, используемые для города (издания градообразующих предприятий);

– издания для внешней аудитории;

– смешанные издания (внутрикорпоративные внутри издания для внешней аудитории или наоборот).

В рамках этих типов можно выделить некоторые разновидности. Так, ***внутрикорпоративные издания***, оставаясь в рамках типа, могут издаваться для всего персонала, для линейных менеджеров и для топ-менеджеров. У ***изданий для внешней аудитории*** еще более сложная типологическая структура. В частности, выделяются "отраслевые" *корпоративные издания для внешней аудитории*; *клиентские издания*; *просветительские издания*; *отчеты*.

В свою очередь, клиентские издания как разновидность типа издания для внешней аудитории издаются как *бортовые журналы*, *журналы стиля потребления (стиля жизни), рекламные издания*.

Рекламные издания также имеют разновидности: *содержательные рекламные издания* и *каталоги товаров*.

И, наконец, в практике российской корпоративной прессы для внешней аудитории издаются финансовые и социальные отчеты. Отчеты – один из новых в российской практике атрибутов рыночной экономики. Скорость перемен в деятельности компаний, связанных со все ускоряющимися темпами роста новейших достижений в сфере промышленности и экономики меняют периодичность отчетов. Обычный для таких изданий годовой цикл их выхода уже не может удовлетворить информационные потребности инвесторов, собственников, держателей акций. Уже сегодня в списке этих изданий можно встретить ежеквартальные отчеты.

Российская специфика наложила свой отпечаток на структуру корпоративной прессы. В частности, это можно наблюдать и в таком важнейшем для страны нефтегазовом комплексе, который одним из первых воспринял мировые тенденции в развитии корпоративной прессы. Так, отражая структуру бизнес-коммуникаций, присущую нефтегазовому комплексу, а также растущие требования к источникам информации в условиях увеличения ее объемов, общей тенденции к специализации информационных потоков следует выделить два основных типа корпоративных изданий – внутрикорпоративные и ориентированные на внешнюю аудиторию. В рамках этих двух типов можно рассматривать различные их разновидности.

Нужно сказать, что вектор развития корпоративной прессы нефтегазового комплекса совпадает с мировой практикой такой прессы. Например, такой тип издания, как *отчеты*, развивается в русле развития рынка нефтегазового комплекса. Сегодня отчеты носят в большей своей части презентационную нагрузку, связанную с мероприятиями и программами связей с общественностью по формированию имиджа и репутации компании. Поэтому основная задача прессы – сделать подобные отчеты более четкими и сегментированными, отвечающими информационным потребностям разных категорий потребителей. По существу можно говорить о двух типах изданий – для внешней и внутренней общественности. Другими словами, становление системы корпоративной прессы идет в русле развития бизнеса.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что сегодня корпоративная печать переживает расцвет, корпоративные средства массовой информации эволюционируют.

ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ СМИ

Согласно данным М. В. Шкондина, с 1989 по 2000 гг. количество многотиражных газет в России сократилось в 2,5 раза, а вот разовый и годовой тиражи выросли (в 2,5 раза и на 100 млн экземпляров соответственно)[3]. Данный факт свидетельствует о том, что в этот период выжили сильнейшие организации, которые к тому же осознали важность газеты для персонала как элемента внутрикорпоративных коммуникаций.

Новые времена предъявили свои требования к общению руководства организации со своими работниками, к коммуникациям внутри фирмы. Назначение "многотиражки" изменилось. По нашему мнению, именно в 90-е годы понятие "многотиражная газета" стала заменяться понятием "внутрикорпоративная газета". Именно в 90-е годы стали выходить внутрикорпоративные газеты формата А4, их средний тираж превысил 1100 экз., средняя периодичность составила 1,7 раза в месяц, т. е. периодичность выхода в свет приближается к двухнедельной. Тем не менее, внутрикорпоративные газеты унаследовали лучшие свойства своих прародителей – освещение проблем, актуальных внутри коллектива, нали-

[3] Шкондин М. В. Газетная периодика пост советской России (1990–2000 гг.) / М. В. Шкондин. – М., 2002.

чие персонифицированной информации, появление на страницах знакомых фамилий, обращение администрации к персоналу, решение проблем силами внутренней общественности.

Внутрикорпоративная газета с помощью технологий связей с общественностью призвана налаживать отношения, предотвращать возникновение конфликтов, способствовать экономическому и социальному процветанию организации и ее работников. Некоторые специалисты высказывают мнение, что проблема внутрикорпоративных газет заключается в нахождении оптимального баланса между созданием атмосферы доверия к изданию и его эффективным использованием как инструмента связей с общественностью. Особенности издателя, в качестве которого выступает администрация организации, определяются стилем управления, корпоративной культурой, поддерживаемой руководством.

Функции внутрикорпоративных газет в настоящий момент несколько отличаются от функций традиционных СМИ. Так, например, А. Кажикин пишет о коммуникативной, пропагандистской, агитационной, организаторской и культурно-просветительской функциях корпоративной печати, отмечая, что "...чаще всего заводская газета, учреждаемая и финансируемая собственником или менеджерами организации, не имеет веских оснований на то, чтобы в первую очередь отражать интересы работников предприятия"[4]. С другой стороны, по мнению многих авторов, функции внутрикорпоративной газеты должны быть подчинены одной главной цели – формированию и развитию корпоративной культуры. По нашему мнению, в качестве первоочередных следует выделить информационную, мотивационную, посредническую и культурно-развлекательную функции.

Реализация информационной функции предполагает информирование персонала о состоянии дел в организации, публикацию материалов, помогающих адаптироваться новым работникам. Мотивационная функция направлена на поощрение желательного и изменение нежелательного поведения работников, демонстрацию отношения руководителей к сотрудникам, соотнесение личных качеств персонала и ценностей корпорации. Посредническая функция выполняет роль организационной и регулирующей, т. к. ее реализация предполагает контроль над соответствием действий руководства корпорации с провозглашенными ценностями. В этом случае внутрикорпоративная газета выступает посредником между администрацией и персоналом. Успех реализации этой функции зависит от уровня доверия аудитории внутрикорпоративной газеты и эффективности обратной связи с читателями. Умение правильно организовать работу и отдых – важное условие эффективной деятельности. Поэтому реализация культурно-развлекательной функции предполагает прежде всего возможность проявлять творческие способности.

Корпоративная пресса в последнее время стала объектом пристального внимания ученых и практиков журналистики. Вышедшая из печати в 2005 году книга Д. А. Мурзина "Феномен корпоративной прессы", по сути, является первым исследованием в области функционального предназначения, спектра использования коммуникативных стратегий и специфики потребления информации в корпоративных изданиях. Отдавая должное новаторскому труду автора, заметим, что некоторые позиции книги носят дискуссионный характер, особенно в той части, где автор в категорической форме отрицает роль и значение корпоративного издания в формировании имиджа и репутации компании. "В идеале в иерархии функций, которые присущи корпоративному изданию, отдельная функция инструмента формирования репутации должна вообще отсутствовать", – заявляет автор. Тем не менее, ниже, на этой же странице пишет: " ...Сможет ли в дальнейшем издание (*корпоративное*, – курсив наш. – *В. Ш.*) оказывать влияние на репутацию компании, зависит от того, насколько грамотно оно делается"[5].

Такое противоречие, по-видимому, связано с тем, что специальные работы по связям с общественностью, раскрывающие большей частью идеологические, экономические и прагматико-рекламные, маркетинговые аспекты, не затрагивают функциональную значимость журналистики и PR в их взаимодействии.

Важным этапом механизма создания и функционирования любых СМИ и внутрикорпоративных газет в частности является их продвижение. Под продвижением корпоративной газеты мы подразумеваем симбиоз маркетинга и связей с общественностью, способствующих распрост-

---

[4] Кажикин А. А. Корпоративная печать на предприятиях оборонно-промышленного комплекса России как новый инструмент менеджмента / А. А. Кажикин // Социально-экономическое развитие регионов: реальность и перспективы: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов. – Воронеж: ООО "Новый взгляд", 2003.

[5] Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы / Д. А. Мурзин. – М.: Издательский дом "Хроникер", 2005. –С. 129.

ранению издания, быстрому его узнаванию, запоминанию и восприятию его бренда, переходу потенциальной аудитории в разряд постоянных читателей. Можно предложить следующую схему продвижения внутрикорпоративной газеты:

1. Создание каналов обратной связи с читателями: обычная и электронная почта редакции, форум читателей газеты, почтовые ящики редакции, телефоны редакции, помещение редакции для встреч с читателями.

2. Организация дополнительных каналов распространения и саморекламы: электронные версии газеты; сайт редакции; информационные щиты редакции; тематические страницы внутрикорпоративной газеты в городских и областных СМИ.

3. Проведение комплексных информационных кампаний по отдельным проблемам: организация труда; вопросы здоровья, социальной зашиты, самоуправления, организации досуга; экологические проблемы и т. д.

4. Проведение специальных мероприятий: конкурсы для читателей; круглые столы; пресс-конференции, дни открытых дверей, презентации, юбилеи газеты и т. д.

Перспективы развития внутрикорпоративных газет связаны с повышением социальной ответственности организаций, профессионализма журналистов и специалистов по связям с общественностью. Анализ существующего положения во внутрикорпоративной прессе показывает, что этот тип СМИ находится в стадии формирования, определения целей и задач, принципов функционирования.

Тематическая палитра изданий для всего персонала тяготеет к универсальности (конечно, ограниченной интересами компании). То есть издания опираются не только на производственную тематику. В структуре таких изданий, как правило, есть спортивные разделы, творчество сотрудников, истории компании и связанной с ней истории страны, а также прочими сторонами непроизводственной жизни. Примером может служить издание ОАО "Транснефть" – "Трубопроводный транспорт нефти", которое, являясь отраслевым по тематике, по сути представляет собой внутрикорпоративное издание. В журнале отражается вся жизнь компании и людей, в ней работающих. Это и есть тематическое ограничение для таких изданий.

Нужно сказать, что многие издания нефтегазового комплекса России не вписываются в строгие типологические ячейки. Так, в случае с журналом "Трубопроводный транспорт нефти" (тираж – 3200 экз., подписное издание) дело не в контроле содержания со стороны компании, а в экономических реалиях. Если отрасль (или подотрасль) представлена фактически одной компанией, которая и является издателем такого журнала, иного просто не дано. Или, напротив, внутрикорпоративное издание может иметь отраслевое значение – как транслятор мнения, которое рынок не может игнорировать. Примером может служить журнал "Газпром" (тираж 10 тыс. экз). В первом номере, в обращении к читателям задача издания сформулирована так: «Журнал, первый номер которого вы сейчас держите в руках, – это попытка без искажений, неизбежных во "внешней" прессе, изложить газпромовскую оценку событий и фактов, представить системный взгляд на важнейшие для "Газпрома" процессы как внутри компании, так и вокруг нее. ...Мы не безразличны к тому, что о нас думают в России и в мире. Тенденциозность и негативные стереотипы в освещении деятельности "Газпрома" могут стать серьезной помехой бизнесу компании. Мы сами должны помочь прессе, деловым кругам и обществу составить объективный, а главное, целостный образ российского газового гиганта. С другой стороны, работники "Газпрома" больше, чем кто бы то ни было, заинтересованы в том, чтобы получить полное и ясное представление о компании, ее делах и планах. От этого зависит и личная самооценка, и трудовая мотивация, и психологический настрой каждого из нас. Мы должны четко знать, чем можем гордиться и за что переживать, в чем наши сильные и слабые стороны, чего ждут от "Газпрома" в России и за рубежом».

Такого рода издание применяет весь спектр коммуникативных стратегий. Но их проблематика и состав аудитории диктует использование преимущественно конвенциальных стратегий коммуникации. Такого подхода в редакционной политике требуют, прежде всего, условия профессионального дискурса, необходимого для качественного издания, включающие в себя требование объективности.

Журнал "Газпром" издается с января 2004 г. и входит в число ведущих отраслевых изданий. Читатели журнала получают информацию не только о важнейших проектах (в рубрике *"коротко"* отражаются важнейшие мероприятия компании за прошедший период), но и обо всех существенных тенденциях развития российского и зарубежного ТЭК (рубрики: *"добыча"*, *"транспортировка"*, *"недра"*, *"экспорт"*, *"ближнее зарубежье"*). Среди авторов журнала – руководители правления ОАО "Газпром", ведущие аналитики, известные ученые, депутаты Федерального собрания, представители органов власти и нефтегазовых компаний.

Основным принципом подбора информации в журнале является не погоня за сенсацией,

а всестороннее изучение проблем, вдумчивый анализ состояния и обоснованный прогноз перспектив развития газового комплекса России. В каждом номере можно найти публикации, раскрывающие различные аспекты геологоразведки, добычи, переработки, транспортировки, сбыта, а также рассказывающие о научных исследованиях, технических новинках и современном оборудовании.

КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ

Корпоративная печать – явление, как мы отмечали выше, граничащее между журналистикой и PR. Это ресурс, информирующий о целях, задачах, успехах, новостях, продуктах и услугах компании, выходящий на ее средства и чаще всего не содержащий информацию о других субъектах бизнеса. *Главные цели корпоративных изданий – удержание клиентов, управление имиджем компании, увеличение продаж, мотивация сотрудников.* Различаясь в деталях, эти издания имеют одинаковое функциональное предназначение. Инструментальная функция всех изданий сводится, в конечном счете, к тому, чтобы способствовать решению маркетинговых задач. С другой стороны, это инструмент лоббирования интересов отрасли и организации как представителя отрасли. В первую очередь, они предназначены клиентам и партнерам (акционерам, инвесторам и пр.), своим работникам. Служат транслятором экспертных мнений в ходе профессионального дискурса. У корпоративных изданий есть несколько преимуществ:

1. возможность вести прямой диалог с читателем;
2. сфокусированность аудитории;
3. аутентичность информации;
4. адресная работа – использование клиентских баз данных;
5. снижение рекламных расходов.

Корпоративные издания делятся на *рекламные* (каталоги, листовки, буклеты, проспекты) и *информационные* (газеты, журналы, бюллетени). К рекламным относятся *имиджевые презентационные* издания, позиционирующие конкретный продукт или услугу и преследующие исключительно рекламные цели компании. Информационные же находятся в процессе постоянного движения вперед, посвящены текущему состоянию дел предприятия, отличаются регулярностью выхода, установкой на продвижение конкретного бренда и отсутствием информации о деятельности других участников рынка.

Правда, тематика корпоративных изданий иногда выходит за рамки конкретной компании и распространяется на всю отрасль, отражая перспективы и тенденции ее развития. Примерами таковых являются журнал “Нефть России” (ЛУКОЙЛ), газета “Энергия России” (РАО ЕС России), газета “Нефтяная параллель” (ЮКОС) и др.[6]

По специфике информационные корпоративные издания делятся, в свою очередь, на *узкоориентированные*, *профильные* и *условно корпоративные*. Первые рассказывают только о компании и ее корпоративной жизни. На рынке таких изданий большинство. *Профильные* продвигают не только компанию и ее бренд, но и в целом бизнес-направление. Содержание таких изданий составляют информационно-аналитические обзоры, интервью, “круглые столы” о перспективах развития направления.

Условно корпоративные – развивающаяся форма корпоративной прессы. Продукт или услуга предприятия в таких изданиях не презентуются открыто, а “просвечиваются” через издательские технологии: издание корпоративное по форме (издается компанией, рассказывает о данном сегменте рынка), но не по содержанию (нет информации о конкретном продукте и услугах). Это самый малочисленный, но самый интересный тип корпоративного издания – своеобразный выход за пределы стандартов корпоративной печати, поиск новых форм развития.

Существует еще одна разновидность корпоративных СМИ – *клиентские*. “Нельзя делать одно издание для топ-менеджмента, персонала компании, клиентов и партнеров. Это невозможно. Эффект будет нулевой. Я считаю, что, например, внутрикорпоративные издания должны находиться в ведении специального отдела – это отделы корпоративных коммуникаций, организационной культуры. Они должны управлять внутрикорпоративными изданиями. А клиентские издания должны плотно взаимодействовать с отделом маркетинга. Потому что это некое оружие маркетологов, позволяющее повышать продажи”, – говорит исполнительный директор Ассоциации Корпоративных Медиа России (АКМР) Джемир Дегтяренко.[7]

Выпуская корпоративное издание, руководство компании решает несколько проблем:

1. продвижение миссии, ценностей и стратегии развития компании;

---

[6] Диканова М. Бизнес Форум IT. Корпоративные издания: многообразное единство. – Форум корпоративной прессы http://corpress.ru/index.php?mod=news&action=view&id=35

[7] Стенограмма выступлений круглого стола, проведенного Ассоциации Корпоративных Медиа России совместно с Клубом Деловой репутации «КП». – Сайт АКМР http://www.corpmedia.ru/newsarticle.php?newsid=12. – с.2

2. создание у читателей ощущения принадлежности к определенному сообществу (коллектив сотрудников, сообщество пользователей услуги, клуб участников корпоративных программ и т. д.);

3. информирование о процессах, происходящих в компании (так называемый "эффект вовлеченности");

4. маркетинговые коммуникации, имиджевая реклама, позиционирование определенной группы товаров и услуг.

Перед корпоративными СМИ стоят следующие задачи: информирование, влияние, формирование лояльности, внедрение корпоративной культуры, обратная связь, маркетинг и управление компанией. Однако в зависимости от специфики и рода деятельности каждая компания может добавлять в этот список задачи для своих изданий.

Вопросы общей концепции, содержания, распространения, а иногда и привлечения рекламодателей остаются в компании, а все остальное реализуется профессиональным специализированным агентством (дизайн, стилевое оформление, редактирование и корректура, предпечатная подготовка и непосредственное полиграфическое исполнение). Специалисты компании только контролируют и оценивают деятельность профессионалов.

Выбор типа издания – газета или журнал – является принципиальным. Газету отличает оперативность и актуальность материалов; она чаще выходит и дешевле обходится. Преимущества же журнала в том, что он аналитичен и основателен. Вследствие того, что он реже выходит, срок его жизни намного дольше. В последнее время среди компаний наметилась тенденция выбирать для корпоративного ресурса именно журнальный формат.

В 2004 г. Ассоциация менеджеров совместно с кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ провела системный анализ корпоративных изданий компаний – членов Ассоциации. Объектом исследования стали 62 издания пятидесяти двух компаний. Оказалось, что совокупный декларируемый тираж этих изданий составил 3 миллиона 600 тысяч 543 экземпляра, что превышает совокупный разовый тираж обычных печатных СМИ. Исполнительный директор Ассоциации менеджеров Сергей Литовченко отметил, что корпоративная пресса в России приобрела массовый характер, а развитие корпоративных изданий обусловлено рядом фундаментальных причин. Среди них усложнение производства и необходимость мобилизации и консолидации людей, работающих в одной компании.

Помимо этого были названы и несколько функций современной российской корпоративной прессы:

– формулировать "информационную повестку дня";

– обеспечивать публичный диалог;

– быть посредником между руководством и персоналом;

– обеспечивать сотрудничество через информационный обмен;

– налаживать правильные отношения с "внешними" СМИ и работающими в них журналистами (зачастую при помощи информации, данной в корпоративном СМИ, – с расчетом на попадание ее во внешние информационные каналы);

– представлять компанию на различных внешних мероприятиях (акция, проходящая по инициативе или при поддержке корпоративного издания, приобретает более раскованный и менее ангажированный вид)[8].

В то время как обычные СМИ пишут о катастрофах, смертях, войнах, вирусах и т. п., корпоративное издание говорит о целях, которых удалось достичь, задачах, которые удалось выполнить, преодоленных препятствиях. В связи с этим новая роль корпоративного издания – выступать в качестве "посланника доброго и вечного".

Сегодня наметилась весьма прогрессивная тенденция: многие градообразующие предприятия организуют продажу своих корпоративных СМИ на территории города. Вследствие того, что уровень этих изданий значительно вырос, они достойно конкурируют с городскими газетами. А региональные рекламные агентства все чаще предлагают компаниям заняться продажей площадей в их корпоративных изданиях. По мнению экспертов, это начало пути, в конце которого сформируется еще одно направление на медиа-рынке – корпоративные СМИ как бизнес[9].

Специфика работы корпоративных средств массовой информации требует от журналистов пунктуального соблюдения точности формулировок, своевременности публикаций и соблюдения приближенных норм этики.

---

[8] Корпоративная пресса в России приобрела массовый характер. – Сайт ТПП РФ Комитет по информационному обеспечению предпринимательства http://www.cci.ru/newsitem.asp?id=5583

[9] Корпоративная пресса в России приобрела массовый характер. – Сайт ТПП РФ Комитет по информационному обеспечению предпринимательства http://www.cci.ru/newsitem.asp?id=5583

Корпоративные издания нефтегазовых компаний

№	Название компании	Корпоративное издание
1.	ОАО “Сибирская нефтяная компания”	журнал “Сибирская нефть”
2.	ОАО “ЛУКОЙЛ”	журнал “Нефть России”, газета “Нефтяные ведомости”, журнал “Социальное партнерство”
3.	ОАО “ЛУКОЙЛ – Пермь”	газета “Нефтяник”, газета “Пермская нефть”
4.	ОАО “Татнефть”	газета “Нефтяные вести” (до 2005 г. “Нефтяник Татарстана”)
5.	ТНК-ВР	журнал “Твоя компания”, журнал “Инсайт ТНК-ВР”
6.	“Сургутнефтегаз”	газета “Нефть Приобья”
7.	ОАО “Бургаз”	газета “Буровик Газпрома”
8.	“Газпром”	журнал “Газпром”
9.	“ЮКОС”	газета “Нефтяная параллель”

Слово “corporatio” впервые зазвучало в поздней латыни. Оно обозначало любое объединение граждан. От средневековья осталось значение “цех” – объединение по профессиональному признаку. В новое время корпорациями стали называть большие компании.

В этом смысле корпоративные СМИ выглядят как маленькая корпорация внутри большой. И малая корпорация работает не только по правилам большой, но и по собственным законам. У хорошего журналиста не отнять его мнений, амбиций и литературного стиля. Из хорошего редактора не вытравишь представлений о том, как должно выглядеть его издание. Банально “строить” журналистский коллектив можно, но до известного предела. За этим – творческий упадок и потеря читателей. А значит, управление корпоративными СМИ должно, по возможности, оставлять редакции простор для инициативы и самостоятельного развития.

Но эти принципы срабатывают только при условии, что издание уже попало в свою аудиторию и вызывает у нее интерес. В противном случае оно не решает поставленные задачи, а компания теряет деньги и время, занимаясь его развитием. Свободному творчеству литератор или дизайнер могут предаться и вне корпорации.

Вывод прост: строить корпоративные СМИ – значит искать баланс между творческой индивидуальностью и корпоративными целями. Для этого нужно понимать, как издание оценено читателями и в какую сторону ему меняться. А для зондирования читательского интереса лучше соцопроса еще ничего не придумали. Корпоративные СМИ должны быть здоровыми и работать на успех компании[10].

Главное условие успешной работы корпоративного издания – постоянный анализ его работы, его действенности и эффективности (насколько реализуются поставленные перед изданием задачи, насколько они соответствуют действительности), а также корректировка работы в связи с полученными результатами.

Корпоративные СМИ стали настолько заметным явлением в периодической печати, что Союз журналистов России учредил специальную премию в номинации “Лучшее корпоративное издание”. Подобные номинации есть также в программе конкурса “Proba” и во Всероссийском журналистском конкурсе “ПЕГАЗ”.

Среди корпоративных изданий имеются *клиентские*. Они полностью обращены в своей информационной политике на существующего или потенциального клиента компании, сегодняшнего или будущего потребителя ее товаров и услуг. Специфика, определяемая в основном информационными предпочтениями клиентов, связана с эффективностью выбора объемов и характера предоставляемой информации. И это диктуется рядом условий:

– составом целевой аудитории;
– характером продукции и услуг;
– характером потребления информации;
– целями компании.

Известно, что массовая аудитория не склонна к чтению сложных текстов, поэтому издания, осуществляющие продвижение товаров на рынок, должны стремиться к простоте и лаконичности изложения текстов, как это делается в случае применения коммуникативных стратегий презентации. Однако эти издания не исключают манипулятивные технологии для убеждения покупателя в приобретении товара, когда речь заходит о сложных товарах или услугах.

Разнообразие клиентских изданий вносит определенные сложности в определении их типообразующего признака. Директор по PR компании “Комус” А. Ищенко считает, что “корпора-

[10] Ближе к жизни. Как строить СМИ. – Электронная версия журнала “Сибирская нефть” http://journal.sibneft.ru/r_people/2006-03-09_1141905909756/

тивный журнал, создаваемый в штаб-квартире компании, – это единый и контролируемый канал коммуникации с клиентами и региональным персоналом"[11]. То есть срабатывает принцип "два в одном", где внутрикорпоративная информация перемешена с информацией для клиентов.

Специфика появления таких изданий вызвана, прежде всего, характером потребления информации. Исследователи этого феномена[12], выявившие связь между источником информации и ее потребителями использовали термин "вовлеченность" (впервые примененный Х. Кругманом). Как они пишут, Х. Кругман разделил средства массовой информации на *медиа слабой вовлеченности* и *медиа сильной вовлеченности*. Печатные СМИ были отнесены к медиа сильной вовлеченности, учитывая уровень контроля читателя и необходимость обработки информации. Однако, как мы отмечали, в условиях роста объемов информации это осуществимо только при ясном понимании модели читательского восприятия избранной аудитории. Это требует предварительного проведения социологических (как качественных, так и количественных) исследований читательской аудитории в разрезе возрастных и гендерных групп. От результатов такого исследования будет зависеть модель издания. Иначе может наблюдаться снижение эффективности коммуникации, что повлечет за собой снижение репутации компании.

Теперь остановим внимание на так называемых *профильных* изданиях[13]. Среди всех внешних корпоративных изданий этот тип занимает особое место. Такие издания нацелены не только на специалистов отрасли, но и на государственные органы, ученых и экспертов, масс-медиа. Эти издания интересны вообще всем образованным читателям, осмысляющим новые явления и тенденции в развитии научно-технической мысли. Задача усвоения информации решается не посредством редакционных толкований, а прямым распространением знаний. Издания, носящие в своем большинстве информационно-аналитический характер, подчинены задаче формирования рынка посредством распространения знания. Поэтому подобные издания включают в такие разделы, как стратегия, прогноз, анализ, исследования, эксперимент, мнение и т. п.

Внутри нефтегазовой отрасли появляется все больше и больше корпоративных изданий. Прежде всего, это обусловлено стремительным развитием нефтегазовой промышленности и ее первостепенным значением для каждого сегмента общества и для страны в целом. Сегодня практически каждое предприятие отрасли издает свою газету или журнал.

А некоторые компании выпускают сразу по нескольку изданий, предназначенных для разных групп потребителей информационного продукта. К примеру, у "ЛУКОЙЛа" – шесть изданий (в том числе и региональные), у "Газпрома"– пять, у компании "Сибур" – восемь. Также на рынке корпоративных изданий нефтегазовой отрасли в последние годы наблюдается следующая тенденция: крупные компании (например, "ЛУКОЙЛ", "Газпром", "ЮКОС") выпускают корпоративные издания, ориентированные на читателей за рубежом. Целевая аудитория – потенциальные партнеры, инвесторы и т. п.

Как развиваются корпоративные СМИ конкретно в нефтегазовом комплексе можно увидеть на примере двух изданий – журнала "ЮКОС-review" компании "ЮКОС", издававшегося для зарубежной аудитории, и журнала "Нефть России" компании "ЛУКОЙЛ", одного из самых успешных корпоративных СМИ нефтегазовой отрасли, предназначенного для внешней аудитории внутри страны.

С продолжением издания информационно-аналитического журнала "Химическая и биологическая безопасность" возрастает актуальность проблемы установления научно-технического сотрудничества с заинтересованными организациями и специалистами как с целью уточнения и формирования тематических рубрик журнала, привлечения информационных ресурсов для реферирования, так и сотрудничества с авторами публикаций, рецензентами и референтами-экспертами по научным направлениям журнала.

Согласно проведенному анализу профильных изданий, освещение деятельности нефтегазового комплекса в отраслевых СМИ соответствует значению и тенденциям развития нефтегазовой промышленности. Высокое процентное соотношение аналитических жанров в публикациях свидетельствует об актуальности проблематики нефтегазовой отрасли. Можно с уверенностью сказать, что научно-популярная журналистика получила надежное подспорье в лице изданий, освещающих работу НГК.

---

[11] Издание для корпоративного клиента // Вестник Ассоциации менеджеров. - № 5-6. – С. 42.

[12] Брайант Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. – Вильямс, 2004. – С. 319.

[13] Среди группы внешних корпоративных изданий подобного типа Д. Мурзин выделяет "просветительские" издания (содержательные издания). Мы называем их профильными, т. к. они более всего соответствуют функциональному и содержательному назначению рассматриваемой отрасли.

К сожалению, этого нельзя сказать о центральной прессе. На данном этапе в большей части газет освещение проблем нефтегазовой промышленности остается на низком уровне. То, что было раньше научным знанием, сейчас стало инструментом политики. Однако при этом удельный вес нефтегазовой тематики в российской периодике велик. Равно как и интерес к ней. И в свете выхода России на лидирующие позиции по энергообеспечению в мире интерес постоянно растет, а вместе с ним увеличивается и количество газетной площади, отданной под эту тему, появляются новые профильные издания.

Таким образом, рассмотрев примеры корпоративной прессы предприятий нефтегазовой промышленности, можно сказать, что это направление на сегодняшний день является одним из самых перспективных. Это подтверждается стремительным ростом удельного веса корпоративной печати на рынке периодических изданий.

Благодаря выпуску корпоративных изданий (внутрикорпоративных и для внешней аудитории) руководство компании решает несколько задач:

– информирование всего персонала, топменеджеров о новостях, планах и стратегиях компании;

– установление контактов с потенциальными клиентами, инвесторами и партнерами предприятия;

– создание и долговременное поддержание имиджа корпорации.

Также можно утверждать, что сегодня нефтегазовая отрасль начинает активно позиционировать себя именно посредством корпоративных СМИ.

Все вышесказанное заставляет еще раз подтвердить мысль о том, что реализация главных функций корпоративного издания как составной части системы СМИ требует всех тех профессиональных знаний и навыков, которые необходимы журналисту в издании со сложной содержательной основой. Это адресный посыл к общей образовательной системе подготовки и переподготовки журналистских кадров и к российскому бизнесу.

Внутри нефтегазовой отрасли появляется все больше и больше корпоративных изданий. Прежде всего, это обусловлено стремительным развитием нефтегазовой промышленности и ее первостепенным значением для каждого сегмента общества и для страны в целом. Сегодня практически каждое предприятие отрасли издает свою газету или журнал.

Реализация главных функций корпоративного издания как составной части системы СМИ требует всех тех профессиональных знаний и навыков, которые необходимы журналисту в издании со сложной содержательной основой. Это адресный посыл к общей образовательной системе подготовки и переподготовки журналистских кадров и к российскому бизнесу.

Рецензент – А. И. Акопов.

Статья принята к печати 14.11.2006.