



СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ

<i>Алейников О. Ю.</i> «ПРОИСХОЖДЕНИЕ МАСТЕРА» А. ПЛАТОНОВА. КЛЮЧИ К СМЫСЛУ НАЗВАНИЯ	5
<i>Богатырева А. И.</i> ДЕРЕВНЯ В ТВОРЧЕСТВЕ ЗАХАРА ПРИЛЕПИНА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «САНЬКА» И СБОРНИКА РАССКАЗОВ «БОТИНКИ, ПОЛНЫЕ ГОРЯЧЕЙ ВОДКОЙ»)	9
<i>Волкова А. Г.</i> ЖАНР ВИЗАНТИЙСКОЙ ПРОПОВЕДИ: БОГОСЛОВИЕ И ПОЭТИКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОПОВЕДИ АНДРЕЯ КРИТСКОГО НА БЛАГОВЕЩЕНИЕ)	14
<i>Драйсави Х. К. М., Чарыкова О. Н.</i> ПРЕДМЕТ СРАВНЕНИЯ КАК КОМПОНЕНТ ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЙ КОНЦЕПТОСФЕРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЭЗИИ С. ЕСЕНИНА И В. МАЯКОВСКОГО)	19
<i>Дубинин А. В.</i> ЛАГЕРНАЯ ПОЭЗИЯ XX ВЕКА: ПОЛЯРНОСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПОИСКОВ В. П. СОКОЛОВА И С. С. МИЛОСЕРДОВА	21
<i>Коденцева С. С.</i> «НА ГРАНИ ТЬМЫ И СВЕТА...» (ПОЭТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ А. ПРАСОЛОВА)	26
<i>Кольцова Л. М., Токмакова С. Е.</i> ЛЕКСЕМЫ С ОЦЕНОЧНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ В ТЕКСТЕ ЛИТЕРАТУРНОЙ СКАЗКИ	30
<i>Кривенко Л. А.</i> К ВОПРОСУ О КОММУНИКАТИВНОЙ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ОСНОВНОГО ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА	33
<i>Любова С. Г.</i> ИНТЕГРИРОВАННОЕ СЕМАНТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ЛЕКСИКИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ПРИВЯЗАННОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСЕМЫ «ВЛЮБИТЬСЯ»)	35
<i>Малыхина Н. И.</i> НЕЗАФИКСИРОВАННЫЕ В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКАХ СЕМЕМЫ НАИБОЛЕЕ ЧАСТОТНЫХ АНГЛИЙСКИХ ГЛАГОЛЬНЫХ ЛЕКСЕМ	39
<i>Попова Е. А., Шурупова О. С.</i> МОСКОВСКИЙ И ПРОВИНЦИАЛЬНЫЙ СВЕРХТЕКСТЫ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ СОВРЕМЕННЫХ АВТОРОВ	41
<i>Пушкарева И. А.</i> ОБ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ СВЯЗЯХ В ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ	44
<i>Рудакова А. В.</i> СОБСТВЕННОЕ ИМЯ В АССОЦИАТИВНОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ И ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЗНАЧЕНИИ	47
<i>Савченко А. Л., Филюшкина С. Н.</i> ЛЕРМОНТОВ – ПЕРЕВОДЧИК: СОВРЕМЕННЫЕ ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ	50
<i>Саженина Е. В.</i> НЕКРАСОВ КАК ИЗДАТЕЛЬ СОБСТВЕННОЙ КНИГИ: К ВОПРОСУ О СПОСОБЕ ПУБЛИКАЦИИ ПОЭМЫ «КОМУ НА РУСИ ЖИТЬ ХОРОШО»	54
<i>Соснин А. В.</i> УПОРЯДОЧЕННОСТЬ ЛОНДОНА И ВОРТИЦИЗМ. ВИЗУАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ТЕКСТОВ О ЛОНДОНЕ	59
<i>Тимошина Т. В.</i> ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА КАК СФЕРА НЕЗНАНИЯ ПОДРОСТКОВ	64
<i>Ткаченко Е. Н.</i> ЯВЛЕНИЕ БИНАРНОЙ ОППОЗИЦИИ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОПОНИМИИ (НА ПРИМЕРЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ СЛОБОЖАНЩИНЫ)	67

<i>Урюпин И. С.</i> «ЕВАНГЕЛЬСКИЙ ТЕКСТ» В ПОЭЗИИ С. С. БЕХТЕЕВА: ОБРАЗ «ЦАРСКОГО КРЕСТА»	71
<i>Хайнади З.</i> «ВОЙНА И МИР» КАК ТЕКСТОВОЙ ЛАБИРИНТ	75
<i>Черникова С. Н.</i> К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ.....	86
<i>Щербакова П. О.</i> ЛОКУС КОММУНАЛЬНОЙ КВАРТИРЫ В РАССКАЗАХ М. ЗОЩЕНКО.....	90
<i>Юденкова Е. В.</i> МОДИФИКАЦИИ ЖАНРА РОМАНА В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ 1920-Х ГОДОВ («СУМАСШЕДШИЙ КОРАБЛЬ» О. ФОРШ, «НЕОБЫЧАЙНЫЕ ПОХОЖДЕНИЯ ХУЛИО ХУРЕНИТО» И. ЭРЕНБУРГА).....	95

ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Бельский Д. О.</i> ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА МУЖСКОГО ЖУРНАЛА	100
<i>Богоявленский А. Е.</i> ТЕОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ КАК ФЕНОМЕН НЕКЛАССИЧЕСКОЙ И ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ НАУКИ	104
<i>Карпетова И. Н.</i> К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ АМЕРИКАНСКИХ ЖУРНАЛОВ.....	108
<i>Красова Е. Ю.</i> СТЕРЕОТИПЫ МАССОВОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ КАК ЗНАЧИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ PR.....	112
<i>Курганова Е. Б.</i> КЕЙС-СТАДИ КАК МЕТОД ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СО»	117
<i>Матвеечева Л. М.</i> ЭФФЕКТИВНАЯ ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЦВЕТА В ГАЗЕТНОЙ РЕКЛАМЕ. ТЕНДЕНЦИИ ОФОРМЛЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ	121
<i>Мельников В. А., Горбачева А. С.</i> МЕДИАПРОСТРАНСТВО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ: СТРУКТУРА, ОРГАНИЗАЦИЯ, НАПОЛНЕНИЕ	125
<i>Пархоменко И. В.</i> ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКАЯ СТОРОНА СОВРЕМЕННОГО ТОК-ШОУ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «ПЕРВОГО КАНАЛА»).....	133
<i>Пивоварова М. И.</i> ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА И ЭПОХИ В ЗЕРКАЛЕ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИИ И ФРАНЦИИ КОНЦА XIX ВЕКА)	136
<i>Пинчук О. В.</i> ИГРА В ДЕТСКОМ РАДИОВЕЩАНИИ: ПОНЯТИЕ ИГРОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ	140
<i>Познин В. Ф.</i> МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ОБЩЕСТВО.....	145
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	150

Proceedings of Voronezh State University

SCIENTIFIC JOURNAL



SERIES:
PHILOLOGY. JOURNALISM
Published quarterly

Series: Philology. Journalism. 2014. № 3. July – September

CONTENTS

PHILOLOGY

<i>Aleynikov O. U.</i> «THE GENESIS OF THE MASTER» BY A. PLATONOV. THE KEY TO THE MEANING OF THE TITLE.....	5
<i>Bogatyрева A. I.</i> THE VILLAGE IN Z. PRILEPIN'S WORKS (AS EXEMPLIFIED IN THE NOVEL «SANKYA» AND A COLLECTION OF SHORT STORIES «BOOTS FULL OF HOT VODKA»)	9
<i>Volkova A. G.</i> THE GENRE OF BYZANTIUM HOMILY: THEOLOGY AND POETICS (STUDYING THE HOMILY WRITTEN BY ANDREW OF CRETE FOR ANNUNCIATION).....	14
<i>Draisavi H. K. M., Charykova O. N.</i> COMPARISON IN REPRESENTATIVE FUNCTION IN ART-THINKING OF S. YESENIN AND V. MAYAKOVSKY	19
<i>Dubinin A. V.</i> THE PRISON POETRY OF THE XX CENTURY: THE POLARITY OF VALENTIN SOKOLOV'S AND SEMYON MILOSERDOV'S ARTISTIC SEARCHING	21
<i>Kodentseva S. S. A.</i> PRASOLOV'S POETIC STRATEGY «ON THE EDGE OF DARKNESS AND LIGHT».....	26
<i>Koltsova L. M., Tokmakova S. E.</i> LEXICAL UNITS WITH ATTITUDINAL MEANING IN THE FAIRY-TALE TEXT	30
<i>Krivenko L. A.</i> TO THE QUESTION OF COMMUNICATIVE IMPORTANCE OF THE MAIN MEANING OF THE WORD	33
<i>Lyubova S. G.</i> INTEGRATED SEMANTIC DESCRIPTION OF LEXICAL UNITS OF EMOTIONAL ATTACHMENT (LEXEME «FALL IN LOVE»).....	35
<i>Malykhina N. I.</i> UNRECORDED IN LEXICOGRAPHIC SOURCES SEMEMES OF MOST FREQUENT ENGLISH VERBAL LEXEMES	39
<i>Popova E. A. Shurupova O. S.</i> MOSCOW AND PROVINCIAL SUPERTXTS OF RUSSIAN LITERATURE IN TEXTS BY MODERN AUTHORS	41
<i>Pushkareva I. A.</i> INTERTEXTUAL CONNECTIONS IN NEWSPAPER JOURNALISM	44
<i>Rudakova A. V.</i> PROPER NAMES IN THE ASSOCIATIVE EXPERIMENT AND PSYCHOLINGUISTIC MEANING	47
<i>Savchenko A. L., Filushkina S. N.</i> LERMONTOV AS A TRANSLATOR: CONTEMPORARY RESULTS OF THE RESEARCH	50
<i>Sazhenina E. V.</i> NEKRASOV AS A PUBLISHER OF HIS BOOK: TO THE QUESTION OF THE PUBLICATION'S METHOD OF THE POEM «WHO CAN BE HAPPY IN RUSSIA».....	54
<i>Sosnin A. V.</i> LONDON'S REGULARITY AND VORTICISM. THE VISUAL COMPONENT OF LONDON TEXTS	59
<i>Timoshina T. V.</i> INDIVIDUAL MEANING OF THE WORD AS THE AREA OF YOUTH IGNORANCE.....	64
<i>Tkachenko E. N.</i> BINARY OPPOSITION IN REGIONAL TOPONYMIC (ON THE EXAMPLE OF PLACE NAMES OF A SLOBOZHANSKHINA)	67
<i>Uryupin I. S.</i> «THE EVANGELICAL TEXT» IN S. S. BEKHTEEV'S POETRY: IMAGE OF «THE IMPERIAL CROSS».....	71

<i>Hajnady Z.</i> WAR AND PEACE AS THE TEXTUAL LABYRINTH.....	75
<i>Chernikova S. N.</i> TO THE ISSUE OF DEFINING NATIONAL SPECIFICITY OF RUSSIAN AND ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS	86
<i>Shcherbakova P. O.</i> THE LOCUS OF COMMUNAL APARTMENT IN THE STORIES BY ZOSHCHENKO.....	90
<i>Yudenkova E. V.</i> THE MODIFICATION OF THE NOVEL GENRE IN THE RUSSIAN LITERATURE OF THE 1920-S («THE CRAZY SHIP» BY O. FORSH AND «THE EXTRAORDINARY ADVENTURES OF JULIO JURENITO AND HIS PUPILS» BY I. EHRENBURG).....	95

JOURNALISM

<i>Belsky D. O.</i> TYPOLOGICAL SPECIFICITY OF MEN'S MAGAZINE.....	100
<i>Bogoyavlensky A. E.</i> THE THEORY OF PUBLIC RELATIONS AS A PHENOMENON OF NONCLASSICAL AND POSTNONCLASSICAL SCIENCE.....	104
<i>Karapetova I. N.</i> TO THE QUESTION OF CLASSIFICATION MODERN AMERICAN MAGAZINES	108
<i>Krasova E. Yu.</i> STEREOTYPES MASS POLITICAL CONSCIOUSNESS AS AN ESSENTIAL ELEMENT OF PR.....	112
<i>Kurganova E. B.</i> THE CASE STUDY METHOD OF TEACHING STUDENTS IN THE «ADVERTISING AND PR»	117
<i>Matveecheva L. M.</i> EFFECTIVE COLOUR USAGE IN NEWSPAPER ADVERTISING. TENDENCIES OF PRESS ADVERTISING DESIGN	121
<i>Melnikov V. A., Gorbacheva A. S.</i> THE MEDIA SPACE OF THE BLACK SEA REGION: THE STRUCTURE, ORGANIZATION, CONTENT	125
<i>Parkhomenko I. V.</i> THE ART AND PUBLICISTIC PARTY OF A MODERN TALK-SHOW (ON THE EXAMPLE OF «CHANNEL ONE»)	133
<i>Pivovarova M. I.</i> MENTALITY AND EPOCH PECULIARITIES IN THE MIRROR OF THE ADVERTISING POSTER (THROUGH THE EXAMPLE OF ENGLAND AND FRANCE OF THE LATE 19TH CENTURY)	136
<i>Pinchuk O. V.</i> PLAY IN THE CHILDREN'S BROADCASTING: THE NOTION OF GAME ELEMENTS AND THEIR CLASSIFICATION	140
<i>Poznin V. F.</i> MEDIA TECHNOLOGIES AND SOCIETY.....	145
SUBMISSION GUIDELINES.....	150

«ПРОИСХОЖДЕНИЕ МАСТЕРА» А. ПЛАТОНОВА. КЛЮЧИ К СМЫСЛУ НАЗВАНИЯ

О. Ю. Алейников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 27 июня 2014 г.

Аннотация: в статье исследуется специфика названия повести А. Платонова «Происхождение мастера». Предпринимается попытка установить причину выбора этого названия.

Ключевые слова: название произведения, художественный текст, проза Платонова, творческие стратегии.

Abstract: the article discusses the title of A. Platonov novel «The Genesis of the Master». The aim of the research is to show the reason for the writer's choice of the title.

Key words: title, fictional text, A. Platonov's works, creative strategies.

Вопрос о смысле названия «Происхождения мастера», достаточно значительной по объему части романа «Чевенгур», опубликованной в 4 книжке журнала «Красная новь» за 1928 год и под тем же заглавием включенной в одноименный сборник прозы («Федерация», 1929), обсуждался еще при жизни писателя [1, 195-202; 203-211].

Когда же платоновский роман впервые напечатали в Париже на русском языке («УМКА-PRESS», 1972), выяснилось, что в опубликованной «версии» отсутствовала именно эта часть произведения. Причина издательской ошибки, очевидно, заключалась в том, что «Происхождение мастера», как и другие фрагменты романа («Потомок рыбака», «Приключение»), в конце 1920-х годов напечатанные в советских журналах, через двадцать лет после кончины Платонова уже воспринимались как автономно существующие (или сосуществующие) тексты.

Многолетнему заблуждению способствовали и жанровые подзаголовки – «повесть», «из повести», «рассказ», сопровождавшие их публикацию и републикацию, а также запрет на распространение информации о подлинном масштабе творческого наследия писателя, умершего почти в полном забвении. Правда, во второй половине 1960-х гг. такие добросовестные исследователи, как Е. Краснощекова, В. Скобелев, Л. Шубин, «идя на красный свет», упоминали и пересказывали в своих статьях «Чевенгур», приводя цитаты из неопубликованной части произведения. Но случаев такого добросовестного и смелого профессионального поведения было немного.

До сих пор существует ошибочное мнение, что переиздание различных отрывков романа в Совет-

ском Союзе инициировано лишь в 1970-е. Это не так: в майском номере журнала «Волга» за 1966 год «Происхождение мастера» перепечатали как «повесть» по тексту, предоставленному вдовой писателя М. А. Платоновой. «Краткая справка», предварявшая публикацию, содержала множество неточностей и вынужденных «умолчаний». Редакторы журнала не рискнули назвать писателя романистом, перечислить созданные им значительные вещи – почти все приведенные в справке рассказы и повести включены в сборник «Избранные произведения» (1958), после выхода которого «выяснилось, что имя Андрея Платонова основательно забыто» (Л. Шубин).

Название «Происхождение мастера» задавало разные контексты восприятия републикованной части романа, в том числе связанные с биографией писателя. В изданной во Франции книге «Андрей Платонов в поисках счастья» М. Геллер писал по этому поводу: «Нелегко объяснить название, которое дал писатель первой части романа. Кто мастер, о происхождении которого рассказывается?

Им не может быть Захар Павлович, человек с золотыми руками, потерявший интерес к жизни и работе, ибо не нашел идеи, которая могла бы наполнить пустоту в его сердце. Им [не] мог бы быть Саша Дванов, вступивший в партию и вдохновленный идеей немедленного сооружения рая на земле. Но Саша умирает в конце романа, кончает самоубийством, ибо разочаровывается в утопии, которую строил, и возвращается к отцу, воскресить которого не смог.

Под «мастером» Платонов, по-видимому, имел в виду себя. Не случайно дает он Саше Дванову свой возраст, свою работу в железнодорожных мастерских, свое обучение в политехникуме, свою работу в губернской газете. И свои мысли, свою веру, свое вооду-

шевление, характерные для Андрея Климентова в первые революционные годы. Критик М. Майзель, назвавший статью о Платонове «Ошибки мастера», видимо, правильно понял смысл заглавия» [2, 182].

Попытки вычитывать из произведения подробности биографии реального человека – писателя, создателя художественного текста, были весьма распространенным явлением и в современной Платонову литературной критике (и литературоведении). Это обстоятельство, очевидно, также учитывалось писателем. Характерно, например, что, перерабатывая повесть «Строители страны» в роман «Чевенгур», он исключает из текста замечательный фрагмент, воссоздающий один из «механизмов» создания «ненастоящих, сфабрикованных биографий» [2]. В повести большевик Копенкин приказывал арестованным бандитам сделать друг другу татуировки – «вечные знаки» подлинной сути врагов советской власти. И они их сделали, но так, чтобы позднее придумать более безопасную версию прежней жизни: «Весь вечер сидели полуголые Мрачинский и Никита, поочередно вправляя друг другу буквы под кожу на груди: «бел. св.» – белая сволочь. Мрачинский нарочно <...> поставил слово «бел.» <...> над словом «св.». Он про себя решил их дописать, чтобы получилось «Белгородский святитель» – название, скажем, корабля, на котором он был, например, матросом» [3, 369].

В окончательный текст романа это ёмкое по смыслу описание не вошло. Однако подозрения в чуждом социальном происхождении в течение многих лет сопровождали «биографического автора» романа. Свидетельство тому – один из доносов, поступивший в ОГПУ после публичного чтения глав из романа «Чевенгур» в Московском товариществе писателей (МТП). «ПЛАТОНОВ – писатель молодой, довольно одарённый, но чем-то крепко ущемлённый при советской эре. Я не удивился бы, если бы узнал, что родители ПЛАТОНОВА были купцы, кулаки или офицеры. И что с ними поступлено сурово, так вражда ПЛАТОНОВА в его произведениях хлещет из каждой буковки... Роман «ЧИВИНГУР» [так в тексте. – О. А.] настолько характерен, что его надлежало бы напечатать на ротаторе в 100 экземплярах и дать прочитать нашим вождям – может быть, вплоть до т. Сталина и других. Эта вещь, редчайше острая и редчайше вредная. И мне почему-то кажется, что эта вещь ещё может наделать скандалов. Лучше было бы купить эту вещь у автора и законсервировать её лет на десять. ПЛАТОНОВ, повторяю, неисправимо-консервативен и человек чужой» [4, 849–850]. Показательна и «аттестация» писателя, внесённая в протокол заседания рабочего редсовета Государственного издательства художественной литературы от 27 окт. 1930 года: «Собранию было бы интересно заслушать биографию тов. Платонова. Произведение обычно говорит о социальном

лице, но это произведение говорит не о здоровом социальном лице. Образы в произведении остроумны, это говорит за то, что автор их не подбирал, – они остроумны, но не чистоплотны. Выводы – нянчиться с ним не нужно» [5, 616].

Но вернёмся к спорам о смысле названия.

Мастером Александра Дванова считает Е. Краснощёкова. Исследователь отмечает, что этот герой «недаром поименован высоким словом – «Мастер»: его сердце вместило в себя и влюблённость в механизмы, и влечение к людям, готовность превратить их «беззащитную и одинокую жизнь» в счастливую» [6, 11].

Правда, в разные годы современники А. Платонова, его знакомые и друзья по воронежскому Комсоюзу, предпочитали, рассказывая о работе молодых пропагандистов нового мира, говорить не о мастерах, а об «умельцах» (А. Явич), «кустарях слова» (А. Новиков). Но факт остается фактом: писатель в годы своей максималистской юности, затрагивая производственную тему на страницах большевистской прессы, доказывал, что «Член РКП необходимо будет и мастером» [7, 1].

Е. Яблоков отмечает, что «в самом романе «мастером» прямо назван Захар Павлович – для которого, впрочем, преобразовательно-практическая деятельность в конечном счёте лишается привлекательности: «от душевного смущенья <...> терял своё усердное мастерство»; поэтому слово «происхождение» по отношению к нему выглядит, на первый взгляд, неадекватным. Однако дело в том, что на своеобразном платоновском языке «происхождение» означает не только «рождение», «формирование», но и нечто прямо противоположное – «исход», «избывание», «исчерпание»: двусмысленность вполне соответствует логике образа Захара Павловича, ставшего мастером – и переставшего им быть <...>

Идее «мастерства» как активной преобразовательной деятельности (в том числе и политической) противостоит в каком-то смысле сама структура платоновского художественного мира. Так, в романе «Чевенгур» основой художественного «механизма», поддерживающего эффект амбивалентного «лирико-сатирического» авторского отношения к изображаемому, предстаёт принцип обратимости, зеркальной симметрии: реализуясь на разных уровнях художественной структуры, он создаёт образ универсума, который допускает в одно и то же время диаметрально противоположные интерпретации, но все же не поддаётся рационализации» [8, 187, 191].

Эффекту «иррационального» восприятия названия «Происхождение мастера» и рождению мифа о взаимоотношениях Платонова и Булгакова немало способствовала вдова писателя М. А. Платонова, рассказывавшая о легенде, появившейся во второй половине 1960-х годов, после опубликования романа «Мастер и Маргарита»: «Распустили сейчас слухи, что Маргарита – это я, а Мастер – это

Платонов. Да, Булгаков называл Платонова мастером, бывал у нас на «средах», всегда сидел вот на этом диване, в уголке, слушал Платонова молча, зыркал глазами, говорил нервно: «Андрей, ты мастер, ты мастер!», но причём тут – что «я – Маргарита»? Кто-то придумал» [9, 199].

Оставляя за рамками статьи предания и легенды, отметим, что в тексте романа с мастером сравнивается «командир полевых большевиков» – Степан Копенкин. Ср.: «Копенкин пригнулся и свободным движением мастера вышиб саблей обрез из рук постового, ничуть не ранив его; Копенкин имел в себе дарование революции» [10, 160].

Из этой характеристики следует, что на весах новой аксиологии мастером может считаться тот, кто умело борется за дело революции. Сходную роль легко приписать и Дванову, избравшему своим оружием слово...

Не исключено, что в конце 1920х годов в названии «Происхождение мастера» реализовалось вынужденное намерение Платонова и редакторов (несмотря на политическую конъюнктуру, заинтересованных в дальнейшем издании полного текста романа) «легализовать» первую его часть указанием на темы, «социально близкие» для советской литературы и публицистики – темы «происхождения» и «мастерства». И потому уже привычные для слуха цензоров. По замечанию В. Вьюгина, словосочетание «Происхождение мастера» вызывает ассоциации с названием книги Дарвина «Происхождение человека», а также – с заглавием работы Энгельса «Происхождение семьи, частной собственности и государства» [11, 109].

Но в 1928 и особенно в 1929 гг., после выхода рассказа «Усомнившийся Макар» и развёрнутой в средствах массовой информации ожесточённой критики Платонова, вопрос стоял не только о дальнейшей судьбе произведения, но и о судьбе его создателя. После предварительного знакомства с романом самые разные по статусу и возможностям издательства не брали на себя риск напечатать полный текст «Чевенгура».

Не оставляя надежды увидеть свой шедевр опубликованным, писатель обращался к разным влиятельным фигурам из литературно-издательского мира, написав на первой странице машинописи: «Не обращать внимания на правку красными и синими чернилами – это трудился редактор в тщете своего ремесла» [12, 1].

Но все попытки пробить глухую стену непонимания и страха были тщетны.

И тогда вместо отклонённого романа Платонова в издательстве «Федерация» в самом конце 1929 года вышел сборник «Происхождение мастера», отпечатанный на типографской бумаге плохого качества тиражом 4000 экземпляров. До сего дня нет ответа, почему на титульном листе этой книги указан 1929

год, а на обложке – 1930 (первым на это несоответствие обратил внимание Т. Лангерак).

Датировки, сопровождающие произведения, собранные под одной обложкой, также не совпадают с принятыми в современной науке. И «Епифанские шлюзы», и «Город Градов», и даже повесть «Ямская слобода», ближе других стоящая ко времени написания романа «Чевенгур», отнесены к 1926 году. Не указан год создания «Сокровенного человека». И лишь текст «Происхождения мастера» датирован 1927 годом.

За этими умолчаниями и несоответствиями прочитывается стремление издателей и составителей показать не столько «рост мастерства», сколько хронологическую лояльность, доказывающую направление исканий писателя, якобы оставившего в прошлом настроения «Епифанских шлюзов» и «Города Градова», чтобы перейти к теме происхождения «мастеров новой жизни».

Важно и расположение отобранных для издания произведений. Книгу открывает «Происхождение мастера», где Александр Дванов, откомандированный партией «на фронт гражданской войны, – в степной городок Урочев» [13, 63], даёт обещание написать «больше», чем обычно сообщают в корреспонденции: «жив, мол, и здоров». А завершает книгу повесть «Ямская слобода», герой которой Филат, поверивший в справедливость нового мира, отправляется «бить кадетов».

Таким образом подчёркивался продолженный в «Происхождении мастера» «исходный интерес» к борьбе классов и выстраивалась «версия», по логике издателей, подтверждавшая «благонамеренность» пролетарского писателя, выходца из социальных низов.

Формально же слова Александра Дванова давали повод считать одним из прототипов этого героя самого романиста, в разгар Гражданской войны направленного в «степной город» Новохоперск.

Но все попытки Платонова и его возможных единомышленников были безуспешны. На долгие десятилетия вместо «Чевенгура» в читательское сознание вошла «повесть» с названием, возможно, специально дописанным к выбранной для публикации первой части романа.

ЛИТЕРАТУРА

1. См.: Майзель М. Ошибки мастера; Мессер Р. Попутчики второго призыва // Звезда. – 1930. – № 4. – С. 195–202; 203–211.
2. Геллер М. Андрей Платонов в поисках счастья / М. Геллер. – Париж, 1982. – С. 182.
3. Повесть А. Платонова «Строители страны». К реконструкции произведения. Публикация, вступ. статья и комментарий В. Ю. Вьюгина // Из творческого наследия русских писателей XX века. М. Шолохов, А. Платонов, Л. Леонов. – СПб., 1995. – С. 369.

4. Цит. по: Андрей Платонов в документах ОГПУ-НКВД-НКГБ. 1930–1945 / Публ. В. Гончарова и В. Нехотина // «Страна философов» Андрея Платонова: Проблемы творчества. – Вып. 4. Юбилейный. – М., 2000. – С. 849–850.

5. Протокол заседания рабочего редсовета Государственного издательства художественной литературы / Статья и публ. Н. Умрюхиной // Архив А. П. Платонова. Книга 1. – М., 2009. – С. 616.

6. Краснощекова Е. О художественном мире Андрея Платонова / Е. Краснощекова // Платонов А. Избр. произв. : В 2 т. – М., 1978. – Т. 1. – С. 11.

7. Платонов А. Мастер-коммунист // Воронежская коммуна. – 1920. – 12 ноября. – С. 1.

8. Яблоков Е. Homo creator — homo faber — homo

spectator (тема «мастерства» у А. Платонова и М. Булгакова) / Е. Яблоков // Russian Literature (Amsterdam). – 1999. – V. 46. – № 2. – С. 187, 191.

9. Одинцов Е. Его Мария / Е. Одинцов // Русская мысль. – 1993. – № 1-2. – С. 199.

10. Платонов А. Чевенгур / А. Платонов / Сост., вступ. ст., коммент. Е. А. Яблокова. – М., 1991. – 654 с.

11. Вьюгин В. Платонов и анархизм. К постановке проблемы / В. Ю. Вьюгин // «Страна философов» Андрея Платонова. Проблемы творчества. – Вып. 2. – М., 1995. – С. 109.

12. РГАЛИ, ф. 2124, оп. 1, ед. хр. 80, л. 1.

13. Платонов А. Происхождение мастера / А. Платонов. – М., 1929. – С. 63.

Воронежский государственный университет

Алейников О. Ю., кандидат филологических наук, доцент кафедры русской литературы XX и XXI веков, теории литературы и фольклора

E-mail: oaleinikov@yandex.ru

Voronezh State University

Aleinikov O. Yu., Candidate of Philology, Associate Professor of Russian Literature of the XX and XXI centuries, Theory of Literature and Folklore Department

E-mail: oaleinikov@yandex.ru

**ДЕРЕВНЯ В ТВОРЧЕСТВЕ ЗАХАРА ПРИЛЕПИНА
(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «САНЬКА» И СБОРНИКА РАССКАЗОВ
«БОТИНКИ, ПОЛНЫЕ ГОРЯЧЕЙ ВОДКОЙ»)**

А. И. Богатырева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: в данной статье рассматривается хронотоп деревни в творчестве Захара Прилепина. Анализу подвергается роман «Санька» и сборник рассказов «Ботинки, полные горячей водкой».

Ключевые слова: Захар Прилепин, деревня, хронотоп, образ бабушки.

Abstract: this article chronotope of a village is considered in Z. Prilepin's works. Novel «Sanka» and a collection of short stories «Boots full of hot vodka» are analysed.

Key words: Zakhar Prilepin, a village, a chronotope, the image of her grandmother.

В эссе «Ваше императорское величие» Захар Прилепин сказал о себе: «я последний писатель деревни» [1; 430]. Не единожды в своих интервью писатель замечал, что «деревня как фактор русской жизни перестала существовать» [2]. Писатель отмечает потерю ощущения почвы, которая в его творчестве предстает символом связи с предками. Прилепин утверждает, что «вместе с деревней мы отрубаем огромный пласт своей жизни, своего сознания, своей души» [3]. Эти мысли красной нитью проходят через все творчество писателя, и в данной статье мы рассмотрим способы их выражения в романе «Санька» и сборнике рассказов «Ботинки, полные горячей водкой».

В романе «Санька» (выпущен в 2006 году) символическое значение приобретает невозможность возврата в родную деревню. В первый раз этот мотив возникает во время похорон отца, во второй — когда Сашка с друзьями хочет спрятаться в деревне. Машина героев застревает между городом и деревней, а сами герои — между двумя Россиями. Олег, водитель машины, произносит ключевую фразу: «Вчера бы проехали. Сегодня — нет» [4; 315]. В недалеком прошлом вернуть Родину еще было возможно, а сегодня путь непреодолим. Между прошлой деревней и сегодняшним городом — огромный временной провал.

Настоящая деревня умирает вместе со стариками и мужиками, новое поколение абсолютно не пересекается с прежней жизнью, что показано в первой главе, когда Саша приезжает к бабушке и дедушке в гости. Подходя к родному дому, Санька замечает всегда неизменно сидящую на скамейке бабушку, а рядом на улице — невесело играющего ребенка. Бабушка и мальчик воплощают собой два разных

поколения, которые не обращают друг на друга внимания, живут будто в разных мирах: «Бабушка и ребенок словно находились в разных измерениях» [4; 35]; «Деревня исчезала и отмирала — это чувствовалось во всем. <...> Среди всего этого медленного и почти завершившегося распада ребенок смотрелся странно, стыдно, неуместно» [4; 36].

Но и сам главный герой не хочет задержаться в деревне надолго. Все вокруг кажется мертвым, уходящим: «Ему давно уже казалось, что, возвращаясь в деревню, сложно проникнуться какой-либо радостью — настолько уныло и тошно было представавшее взгляду» [4; 33], «Саша даже не попытался рассмотреть остановившихся, чтобы никого не узнать. Все было чуждым» [4; 33], «Дорога была изуродована и грязна» [4; 34], Санька идет, «постепенно погружаясь в неприглядность и запустение» [4; 34]. Он изо всех сил старается не вымазаться в земле, но все равно пачкается, после чего ступает «в черную гущу» уже «обреченно» [4; 34]: прошлое словно тащит его за собой, в умирание, в землю.

В деревенском стойле нет «ни одной мохнатой души» [4; 35]. Домашняя скотина в творчестве Прилепина — один из символов устоявшегося, традиционного жизненного уклада, и это замечание помогает в полной мере понять: родная страна опустела. Значимо, что из стойла увели даже корову: «десять лет, как оттуда увели в последнюю дорожку корову Доманьку» [4; 35]. Кличка у коровы говорящая, в ней сочетается исконно русское «Манька» и слово «дом» — отчий дом. Бабушка с дедом собственноручно уничтожают оставшихся животных — последние следы своего быта («Нонешней зимой последних уток порезали» [4; 38]). Дед и сам мучительно долго умирает, страстно желая избавления от существования; ему уже не терпится разорвать цепь, связывающую его с новым, измененным миром,

в котором старикам не находится места: «Жизнь очень долгая. Надоела уже. Лежу вот, никак не могу помереть» [4; 39].

В сборнике «Ботинки, полные горячей водкой» (выпущен в 2008 году) есть несколько рассказов, развивающих тему деревни в ее связи с современной городской культурой. Рассмотрим два из них: «Бабушка, осы, арбуз» и «Смертная деревня».

В рассказе «Бабушка, осы, арбуз» образ бабушки приобретает символическое значение. Повествование делится на две части: в первой герой вспоминает счастливый летний день, когда семья после сбора картошки собралась за столом поесть арбуз; во второй части повзрослевший герой возвращается в деревню, в гости к бабушке, вместе с женой. Малая родина уже не выглядит такой солнечной и счастливой, и на персонажа это производит угнетающее впечатление.

Рассказ изобилует знаковыми деталями. В первую очередь это осы. После того, как за столом был разрезан арбуз, на людей налетел целый рой. Все участники застолья были испуганы. «Взрослые мужчины» ушли из-за стола первыми, скоро за ними последовали остальные. И только бабушка «сидела недвижимо, медленно поднимала поданный ей красный серп арбуза и, улыбаясь, надкусывала сочное и ломкое. <...> Осы садились на арбуз, но, когда бабушка откусывала мякоть, они переползали дальше, прямо из-под зубов ее и губ, в последнее мгновение перед укусом» [5; 207]. Когда внук спрашивает ее, почему она не боится укусов, бабушка удивленно говорит: «Зачем им меня кусать?» [5; 207]. В конце, когда все расходится, рассказчик подчеркивает: «Бабушка тихо сидела одна» [5; 208].

Недвижимость бабушки из этого рассказа является зеркальным отображением похожего описания в «Саньке»: «Да, бабушка сидела на лавочке — бесстрастно и недвижимо; казалось, она не видит ничего» [4; 35]. В обеих сценах подчеркивается неподвижность и кажущаяся слепота бабушки: в одном случае она не замечает ос, в другом — играющего ребенка. Но эмоциональная окраска этих эпизодов полярно разнится. Как уже говорилось выше, в «Саньке» ребенок — это воплощение нового поколения, которое отрывается от деревни, снимается с насиженных мест. В этом случае бабушка оказывается в другом измерении, она выступает стражем устоявшегося жизненного уклада, связывавшего разные поколения. Она недвижима не как бессильный человек, а как хранитель. При этом все ее ценности уже поруганы, но это не останавливает ее стремления вести быт «как положено», поддерживать дом, ждать внука.

Бабушка в рассказе «Бабушка, осы, арбуз» недвижима как человек, ощущающий себя в безопасности. Она абсолютно не понимает, почему нужно ждать чего-то плохого в окружающем родном мире,

и только рада, что осам также «сладко» [5; 207], как и ей. Осы и бабушка похожи, и насекомые здесь предстают проекцией русского народа. Будучи частями единого целого, они не могут причинять друг другу вред: бабушка не гонит насекомых, а они не кусают бабушку.

Арбузы в данном рассказе — метафорическое воплощение жизненной полноты крестьянского мира. Арбузы неправдоподобно огромны (в них «можно было, выев мякоть, переплыть небольшой ручей» [5; 204]), они, будто привораживая, притягивают всю семью к столу: «Наспех закончив свои грядки, бабы сошлись к арбузу и застыли в оцепенении» [5; 204]. На одну бабушку не распространяется магия арбузов — прежде чем подойти к столу, она не спеша заканчивает свои дела. Причина в том, что бабушка и без того связана со всеми членами семьи непрерываемой нитью, ей для того, чтобы чувствовать эту связь, не нужен «сказочный» объект.

После того, как арбуз съеден, он теряет свою волшебную привлекательность: «Утром брошенные арбузные корки смотрятся неряшливо, белая изнанка их становится серой, и по ней вместо ос ползают мухи. Так смотрелась вчерашняя моя деревня: будто кто-то вычерпал из нее медовую мякоть августа, и осталась серость и последние мухи на ней» [5; 208]. Ос, солнечных деревенских жителей, сменяют «последние» мухи, которые наводят на мысль о последних жителях разоренной деревни: спившихся, больных, постаревших и несчастных, а также тех, кто эту деревню разрушил. В деревне сегодняшнего дня рассказчику неуютно, даже солнце видится ему иным: «мне хочется встать и долго смотреть на солнечный диск, будто расставаясь с ним на долгое счастливое плавание» [5; 201] (в начале) и «...И солнце болит и держится косо, как вывихнутое плечо...» [5; 210] (в конце).

Бабушка остается единственным человеком в семье, который встраивается в деревню дня сегодняшнего. Она сама — одна из ос, проведшая жизнь свою «в служении» [5; 210], вкушая «малую сладость» [5; 209], в «незаметном» труде [5; 209], как и всякая русская женщина.

Главный герой, мужчина, восхищается бабушкой, но при этом сам бесконечно далек от ее способности сливаться с природой, народом, Родиной. Он говорит про свое, новое поколение: «Мы не сумели так жить». Главный герой рассказа — «мужик», а у мужиков совсем другой взгляд на труд и жизнь. Мужики лениятся, хитрят и разбивают своим любимым женщинам сердца: «Расколотое на несколько частей, но еще живое бабушкино сердце — вот упорный мужицкий труд» [5; 209].

Жена героя, несмотря на то, что она принадлежит новому поколению, еще хранит уходящие черты русской женщины: «Жена сидела недвижимо, очарованная и смертно любимая мной. Подожди, я

сломаю и твое сердце» [5; 210]. Мотивы очарованности и разбитого сердца отсылают нас к образам деревенских женщин из начала рассказа.

Знаковый эпизод — отдых героя с женой у реки. Там героя кусает оса, притаившаяся у земли, у почвы: «Другой рукой я сжал траву и землю, в которой лежали мои близкие, которым было так весело, нежно, сладко совсем недавно, и вдруг почувствовал ладонью злой укол и ожог. <...> в траве лежала оса, я ее раздавил» [5; 211]. Герой против воли выбивается из деревенского мира, даже обращаясь к праху своих предков, он все равно не может восстановить связь с природой и убивает осу. Но все же любовь к Родине, которую олицетворяет это насекомое, становится частью его самого, через руку проходит в сердце: «В ладони разрасталась нудная боль, словно оса поселилась под кожей и жаждала вырваться, разбухая, истекая под моей кожей горячей, жгучей осиной кровью» [5; 211]. Это близко эпизодам из публицистики и художественных произведений Прилепина, в которых он передает чувство любви к Родине через телесные метафоры. Так, в эссе «Я пришел из России» Прилепин пишет: «Русь моя, ребра мои. Сердце внутри» [1; 196]; «Домой надо. Мама дома. В груди болит. В валенках хрусткий снег, жжет сквозь носки шерстяные — да, бабушка связала. Мои позвонки во мне. Моя кровь течет. Я пришел из России» [1; 195]; «Родина моя, родинка на моем запястье, где вена бьет» [1; 197]; «Русь моя, голоса твои меж ребер — эхом. Сердце внутри. Люблю — и бьется. А разлюблю — и...» [1; 198]. Родина переживается здесь как часть себя, жизненно необходимый орган. Но герой рассказа «Бабушка, осы, арбуз» (в заголовок вынесены все «русские» символы) оказывается не в силах в своем нынешнем состоянии перенести трагичный зов Родины: он почти бежит из бабушкиного дома, не обращая внимания на то, что жена еще не закончила разговор с бабушкой.

Значимо, что на берегу герой увидел в реке лодку: «Неподалеку стояла лодка, старая, разошедшаяся, мертвая. Она билась о мостки, едва колыхаемая, на истлевшей веревке» [5; 210]. Эта лодка — еще один символ России, перекликающийся со сказочным арбузом, на котором можно было переплыть ручей. В прежней деревне люди были способны на многое, они могли преодолевать препятствия средствами, совсем к этому не предназначенными. Сейчас же, в разоренной современностью деревне, даже лодка, которая создана, чтобы плыть, брошена. Но стоит заметить симптоматичную черту: хотя лодка разохлась, она все же не тонет. Это — воплощенная надежда героя и автора на восстановление деревни: «Подожди, скоро отчалим. Скоро поплывем» [5; 211], — шепчет он вечером, вслушиваясь в стук своего сердца.

Николай Крижановский в статье «Такие «пацанские» рассказы» пишет о сборнике «Ботинки, полные

горячей водкой»: «Россия, из которой, как мы помним, пришёл Прилепин, в «пацанских рассказах» — это обезверившаяся страна, с напрочь забытым прошлым, с пацанским, полууголовным, похотливо-пьяным настоящим и с опошленным будущим. Судя по сборнику, Прилепин-писатель теряет русское, коренное, знакомое и близкое ему с детства. Традиционное, подсознательно-христианское, заложенное родителями и родителями родителей, стирается в его творчестве. Писатель уходит от православного идеала, от русского и от России. Уходит всё дальше и дальше. Прилепин теряет главное, но надеюсь, окончательно ещё не потерял» [6]. Нам это утверждение видится в корне неверным. Частично мы уже опровергли такое видение на материале рассказа «Бабушка, осы, арбуз», а теперь перейдем к рассказу «Смертная деревня», где на первый взгляд деревня, действительно, может показаться местом зловещим, потерянным.

Об этом произведении Сергей Беляков в статье «Две души Захара Прилепина» пишет: «Смертная деревня» — готическая история в среднерусском антураже» [7], а Николай Крижановский утверждает: «Самый отвратный рассказ — «Смертная деревня» — написан в лучших традициях западноевропейских представлений о русском народе — кровожадном, мерзком чудище, стране людоедов, барыг и сумасшедших уродов». С первым утверждением можно согласиться: повествование в данном рассказе построено довольно зловеще, в него проникают мотивы страшной сказки: «Неведомый кто-то пропал, и звуков больше не было» [5; 178]; «Немножко побегали, согреваясь, на полянке, как два лесных морока» [5; 180]; «Эка невидаль из леса вышла... Начудит же Господь!» [5; 181]; «лес кончился — остался, корявясь сучьем и тяжело дыша в затылок, за спиной» [5; 181]; «налил себе чаю и <...> выпил его, горячий, <...> как-то не по-человечески» [5; 183]; «много черных сучьев со всех сторон выламывали себе хрусткие суставы...» [5; 185]. Даже мечты о пристанище сопряжены с фольклорными образами старинных языческих обрядов, имеющих зловещий налет: «Сейчас придем, а там девки хоромы водят, — мечтал он. — Через костры прыгают. Венки вьют, по воде пускают» [5; 180].

Героев пленил лес, в котором они заблудились на пути к «корешу» братика. Лес подчиняет героев себе. Они боятся неведомых звуков, сердце повествователя объято ужасом: «сердце падало в самый низ и долго потом поднималось обратно, еле живое и скользкое» [5; 179]; «Внутри у меня все неизвестно отчего затрепетало, словно сердце мое вырезали из холодца» [5; 185].

Таким образом, хронотоп леса — это Древняя Русь, полная загадок и тайн, суеверий и предрассудков, скрытая во тьме веков. Через этот лес герои, на которых лежит очевидная печать низкой, крими-

нальной современности (о чем свидетельствует их словарь: слова «кореш», «мокруха» [5; 188], «мутил» [5; 190]; «братки» [5; 191]) пробираются к людям. В рассказе две деревни: та самая «Смертная» и деревня «кореша», причем «Смертная» тесно связана с лесом. Это проявляется и в неприветливой встрече путников собачьим лаем («В лесу не сожрали, а здесь загрызут» [5; 181]), и в развитии мотива «жуткого»: хозяин дома пьет чай «не по-человечески» и сказочно силен [5; 183], а хозяйка выглядит неправдоподобно моложе своих лет и ведет себя странно: «— Она в той стороне, — сказала женщина, хотя никакую сторону не указала» [5; 182]. Кроме того, подчеркивается, что хозяйка дома неподвижна: «метрах в трех от нас стоит человек, прямой и спокойный <...> Голос тоже был прям и спокоен» [5; 182, —] читаем мы в издании сборника 2009 года выпуска; а вот в последующих изданиях появляется правка автора: «метрах в трех от нас стоит человек, прямой и недвижимый» [8; 352 и 9; 512]. Очевидно, Прилепину захотелось усилить статичность образа, да и слово «недвижимый» в контексте творчества автора значит очень много. Вспомним образы бабушек из «Саньки» и рассказа «Бабушка, осы, арбуз». Именно этим словом характеризовались самые значимые, дорогие для повествователя образы, связанные с деревней, с истинной, правильной жизнью, с праведным прошлым. Это первая для внимательного читателя подсказка, что деревня, в которую попадают герои, и дом «недвижимой» хозяйки имеют положительную коннотацию.

Хозяева обходятся с путниками весьма дружелюбно, укладывают их спать. Главный герой забывается, а вот братик его беспокоен. Посреди ночи он будит героя: «Здесь пахнет как на бойне, <...> Я работал на бойне, я помню <...> Вставай, ты» [5; 185]. Здесь стоит вспомнить о символическом значении домашнего скота, которое мы определили выше. Поскольку корова или свинья как домашнее животное может выступать знаком Руси, то запах скотобойни — сигнал распада традиционных устоев деревенской Руси. Этот запах непереносим для братика главного героя, который в полной мере — дитя нового времени (о чем говорят особенности его поведения, выведенные в «Пацанском рассказе», «Блядском рассказе», «Собачатине»: он не гнушается женщин легкого поведения, разборок, сомнительного бизнеса; он употребляет в речи «тюремные» словечки, да и сам недавно отсидел). Запах бойни — это запах гибнущей истины, естественности. Братик заставляет повествователя бежать из дома приютивших их стариков.

Герои вновь заходят в «сказочный», зловещий лес. Им приходится переплывать реку: «Вода была теплой и тяжелой» [5; 187]; плыть оказалось «мучительно и страшно» [5; 187]. Вновь появляется мотив увязания на дороге прошлое–современность. Опи-

сание страшного ночного леса после преодоления реки резко обрывается: герои еще слышат собачий лай, но довольно скоро рассветает, мир перестает быть ирреальным. Братик рассказывает повествователю «легенду» о деревне, в которой они только что побывали, а кореш, к которому герои в конце концов все-таки попадают, дополняет ее. Выясняется, что деревня эта называется «Воры» или «Тихое» [5; 194], при том что приютившая героев женщина сказала: «А мы без прозванья живем, кому нас называть» [5; 183].

Деревня оказывается затеряна во времени и пространстве: к ней нет нормальной дороги, у нее нет определенного названия, чтобы покинуть зачарованное место, нужно переплыть реку, которая представляется границей, отделяющей здешний мир от нездешнего. Деревня без названия, которой нет на карте, для современного человека — несуществующее место. Очевидно, поэтому жители соседней деревни стремятся придумать ей хоть какое-то название, материализовать пугающий локус, но у них это не получается — название расплывается, дублируется и тоже получается «немым»: имя «Тихое» само по себе является смысловым провалом, говорящим лишь о невозможности понять, услышать.

Для кореша соседняя деревня — потусторонний мир. Будучи подростком, однажды он залез с другом в один из дворов, чтобы поживиться чужим добром, но увидел в сарае труп с перерезанным горлом. Интересно проследить мотивы «страшной сказки» и в этой сцене: сначала персонажи попадают в сарай легко, «узкорезные» [5; 192]; а вот после того, как они увидели то, что не предназначалось для их глаз, ребята, убегаая, оставили на заборе «по лоскуту кожи с юных ребер» [5; 193]. Пространство деревни как бы сужается, превращаясь в ловушку для своих врагов. Хозяева двора тоже кажутся корешу удивительными: «муж исчез со двора неприметно» [5; 193], как призрак.

Кореш рассказывает повествователю и его братику, что деревня эта якобы основана каторжанами, ездят они до сих пор на лошадях, все уже породнились, поскольку с внешним миром контакта не имеют, и церковь никогда не строили. Кроме того, считается, что поминают их — «к смерти» [5; 196]. Герои шокированы этими сведениями и рады, что сбежали из страшного места. Впрочем, повествователь замечает: «А может, это чепуха все» [5; 196].

Когда приходит время уезжать домой, повествователь с братиком неожиданно встречает на платформе деда, приютившего их страшной ночью: он продает фрукты и ягоды, которых герои решили купить маме. Сам факт присутствия старичка на станции говорит о том, что рассказ кореша был всего лишь суеверными байками — жители «тихой» деревни на самом деле охотно вступают в контакт с людьми. Тем не менее, парни впадают в оцепенение, а вот старичок вовсе не чувствует смущения. Он

рад видеть ребят, расспрашивает их, почему они ушли, не попрощавшись: «А вы здесь, голуби? — обрадовался дед» [5; 198]; «улыбался дед, удивляя хорошими зубами» [5; 198]; «Бог спасет, Бог спасет, — отозвался дед»; «Глаза его были добры и лучисты» [5; 199]. В образе деда появляется еще одна черта, характерная для деревенских героев Прилепина, воплощающих уходящую Русь, светлую деревню — слезящиеся глаза: «В одном <глазу> собиралась и никак не могла собраться мутная слезинка, словно старику было смертельно жаль чего-то» [5; 199]. Очевидно, «жаль» деду именно своей жизни, своей деревни, провалившейся в небытие.

Суеверными, «дремучими» в этом рассказе показывают себя как раз молодые люди, принадлежащие дню сегодняшнему, в том числе кореш, который, хоть и живет в деревне, но безнадежно оторван от природы. Кореш упрекал жителей Тихого в том, что они не молятся Богу: «не знаю, кому они молились и молятся... Ну, ты знаешь, Валец, кровавая порука крепче попа держит...» [5; 195]. Между тем дедушка своей фразой «Бог спасет» убедительно доказывает, что живет он с Богом в душе, и православная вера вошла в него органично и истинно.

Дед угощает ребят ягодами и яблоками (яблоко — священное в православии число). Усевшись в электричку, герои сначала молчат, а потом повествователь говорит: братик «разговелся наконец» [5; 199]. Значимо слово «разговелся». В пасхальном Огласительном слове Иоанна Златоуста сказано о праздничном разговлении: «Постившиеся и непостившиеся, возвеселитесь сегодня. Трапеза полна, насладитесь все. Телец велик, пусть никто не уйдет голодным. Все наслаждайтесь пиром веры; все вкусите от богатства благодати». Таким образом, разговление в православной вере — это символ великой радости избавления от смерти и достижения благодати. Герои, кусая яблоки, которыми их угостил старичок, отказываются на какое-то время от своих страхов, связанных с уходящей деревней, и приобщаются к истинной, природной, радостной жизни, в которой нет места запаху бойни: «Брызнуло живым из-под зубов» [5; 199].

Подводя итог, можно отметить, что уходящая деревня в творчестве Захара Прилепина является одним из основных образов, и писатель последовательно стремится доказать важность ее сохранения для самосознания русского народа. Важнейшими символическими образами являются бабушка и почва; неизменно сопряженные с ними мотивы — недрожимость и увязание. Захар Прилепин последовательно проводит в своем творчестве идею о необходимости сохранять традиционные ценности. Жизнь условного «города», все сильнее клонящаяся в сторону европейских ценностей, неприемлема, поскольку означает духовную смерть русского народа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Прилепин Захар. К нам едет Пересвет: отчет за нулевые / Захар Прилепин. — М.: Астрель, 2012. — 444, [4] с.
2. Бондарева Алена Захар Прилепин: «В эстетическом смысле я экстремист» // Захар Прилепин: официальный сайт писателя. Режим доступа: <http://www.zaharprilepin.ru/ru/prensa/intervyu/moskovskij-dom-knigi.html>
3. Ахмедова Марина «По мне не будут причитать» // Эксперт Online. [09.07.2013]. — Режим доступа: <http://expert.ru/2013/07/9/po-mne-ne-budut-prichitat/>
4. Прилепин Захар Санька: Роман / Захар Прилепин. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2009. — 368 с.
5. Прилепин Захар Ботинки, полные горячей водкой: пацанские рассказы / Захар Прилепин. — М.: АСТ: Астрель, 2009. — 217, [7] с.
6. Крижановский Николай. Такие «пацанские» рассказы... / Николай Крижановский // Литературная Россия. — 2009. — № 38. — Режим доступа: <http://www.litrossia.ru/2009/38/04519.html>
7. Беляков Сергей. Две души Захара Прилепина / Сергей Беляков // Частный корреспондент [19.02.2009]. — Режим доступа: http://www.chaskor.ru/article/dve_dushi_zahara_prilepina_3661
8. Прилепин Захар. Грех и другие рассказы: Сборник / Захар Прилепин. — М.: АСТ, Астрель, 2011. — 413 с.
9. Прилепин Захар Дорога в декабре: Патологии; Грех; Ботинки, полные горячей водкой; Санька, Черная обезьяна; Лес: Романы, повести, рассказы / Захар Прилепин. — М.: АСТ, 2013. — 1052 с.

*Воронежский государственный университет
Богатырева А. И., аспирант кафедры русской литературы XX и XXI веков, теории литературы и фольклора
E-mail: Anjelok@yandex.ru*

*Voronezh State University
Bogatyreva A. I., Post-graduate Student of the Russian Literature of the XX and XXI Centuries, Theory of Literature and Folklore Department
E-mail: Anjelok@yandex.ru*

ЖАНР ВИЗАНТИЙСКОЙ ПРОПОВЕДИ: БОГОСЛОВИЕ И ПОЭТИКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОПОВЕДИ АНДРЕЯ КРИТСКОГО НА БЛАГОВЕЩЕНИЕ)

А. Г. Волкова

*Общецерковная аспирантура и докторантура имени святых
равноапостольных Кирилла и Мефодия*

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: статья посвящена анализу поэтики и смысла византийской проповеди на материале проповеди Андрея Критского на Благовещение. Отличительной чертой данной гомилии является драматический элемент – диалог, входящий в проповедь наряду с нарративом и энкомием (прославлением). Подобное жанровое многообразие в пределах гомилии имеет в том числе экзегетическую функцию.

Ключевые слова: гомилия, диалог, Андрей Критский, литературная традиция.

Abstract: the main point of the article is analysis of poetics and meaning of Byzantium homily (of the text written by Andrew of Crete for Annunciation). One of the features of this text is dramatic element, or the dialogue that is included in the homily together with narrative and encomium. This variety of genres in a homily has got also exegetic function.

Key words: homily, dialogue, Andrew of Crete, literary tradition.

Особый пласт проповеднического искусства составляют византийские гомилии, которые содержат в себе драматический элемент, то есть диалог, причем здесь имеется в виду диалог не проповедника с паствой, а художественный диалог персонажей в самой проповеди. Достаточное число таких проповедей имеют определенную сюжетную основу, взятую из текста, по определению прецедентного для любой христианской проповеди, – из Священного Писания. Для проповедей, включающих в себя диалог как обмен репликами между двумя персонажами, достаточно популярным библейским сюжетом стал сюжет Благовещения, содержащийся в Евангелии от Луки (Лк.1:26 – 38). Событие Благовещения само по себе уже диалогично, так как оно изображается как разговор архангела Гавриила и Марии:

Ангел, вошед к Ней, сказал: Радуйся, Благодатная! Господь с Тобою; благословенна Ты между женами. Она же, увидевши его, смутилась от слов его и размышляла, что бы это было за приветствие. И сказал Ей Ангел: не бойся, Мария, ибо Ты обрела благодать у Бога; и вот, зачнешь во чреве, и родишь Сына, и наречешь Ему имя: Иисус; Он будет велик и наречется Сыном Всевышнего; и даст Ему Господь престол Давида, отца Его; и будет царствовать над домом Иакова вовеки, и Царству Его не буде конца. Мария же сказала Ангелу: как будет это, когда Я мужа не знаю? Ангел сказал Ей в ответ: Дух Святый найдет на Тебя, и сила Всевышнего осенит Тебя; посему и рождаемое Святое наречется Сыном Божиим; вот, и Елисавета, родственница Твоя, называемая не-

плодною, и она зачала сына в старости своей, и ей уже шестый месяц; ибо у Бога не останется бессильным никакое слово. Тогда Мария сказала: се, раба Господня; да будет Мне по слову твоему. И отошел от Нее Ангел.

Преподобный Андрей Критский (660–740), известный прежде всего как автор Великого покаянного канона, является также автором достаточного числа проповедей, среди которых – гомилия «На Благовещение Пресвятой Владычицы нашей Богородицы» [1]. При рассмотрении поэтики и содержания проповеди как одного из жанров византийской литературы гомилии преп. Андрея представляют интерес, так как в них синтезируются многие черты, присущие византийской проповеди (образы, структура, смысловое своеобразие).

Гомилия Андрея Критского делится на несколько структурно-смысловых частей:

1) введение: гомилия традиционно начинается с обозначения *сегодняшнего* события, то есть произошедшее в Евангелии воспринимается и предстает как всегда актуальное (σημερον η παντων χαρα).

2) небольшая вставка, рассказывающая об архангеле Гаврииле и его роли.

3) продолжение рассказа о евангельском событии Благовещения.

4) первая реплика *Радуйся, Мария*.

5) благословения Гавриила, адресованные Марии.

6) «процессия пророков» [2, р. 143–149].

7) ответ Марии (*Она же смутилась...*).

8) начало собственно диалога между Марией и Гавриилом.

9) окончание диалога (*И отошел от Нее ангел*). Завершение гомилии.

С точки зрения структуры важно, что в проповеди преп. Андрея диалог является частью нарратива, то есть:

- разговор персонажей является только частью текста гомилии (например, гомилия, ошибочно приписываемая Иоанну Златоусту, датируемая примерно IV–V вв., полностью представляет собой диалог);
- реплики персонажей, особенно Гавриила, объемны и распространены за счет размышлений о событии Благовещения, о Божественном домостроительстве и о целомудрии Девы Марии.

Нарративное (недиалогическое) начало гомилии в представленном выше делении текста на части занимает с 1 по 3 часть, то есть до начала собственно диалога. Нарратив состоит из вступления, обозначающего тематику проповеди и плавно переходящего в прославление праздника Благовещения. Практически в самом начале проповеди содержится фрагмент, который можно обозначить как «представление Гавриила»: подобные фрагменты встречались и в других гомилетических текстах, например в гомилии Софрония Иерусалимского, где Гавриил называет себя сам, сам представляет себя Деве. В проповеди Андрея о Гаврииле речь идет в третьем лице, то есть здесь нет самоназывания, однако имеется описание и объяснение того, кто такой Гавриил и для чего именно он был послан к Марии:

... архангел Гавриил, с небес посланный послужить чуду (ἐξ υψιστου ἀποσταλεντος εἰς διακονίαν τοῦ θαυμάτου).

Нарративная часть ритмизованна за счет наличия в ней повторяющихся слов, которые являются «сильными местами» гомилии, ее ключевыми словами. В начале проповеди таким словом оказывается не имя и не глагол, а наречие, повторяющееся от предложения к предложению – σήμερον – «днесь», «сегодня», «ныне». Тем самым подчеркивается непреходящее значение события, которому посвящена проповедь.

В этой же первой части, несмотря на обозначение «нарративная», встречаются элементы диалога, хотя и очень ослабленного. Почти в самом начале автор проповеди / тот, кто произносит проповедь, использует вопросы, на которые сам же и отвечает, используя текст Евангелия, содержащего благовещенский сюжет. Автор последовательно спрашивает: кто (τις) был послан, откуда (ποθεν) и от кого (παρὰ τίνος) был послан. Однако вопросительная форма подразумевает наличие адресата, то есть в данном случае имеется скрытый диалог, который эксплицитно выражается в самом тексте проповеди: проповедник задает вопрос, адресованный кому-то, и сам же отвечает, тем самым осуществляя герменевтическую функцию проповеди – толкование Священного Писания.

Введение в ситуацию (Благовещение) происходит не с самого начала проповеди, при этом событие Благовещения описывается практически дословной цитатой из Евангелия:

Иди (ἀπίθι), Гавриил, в Назарет, город Галилейский, в котором живет Дева, обрученная мужу именем Иосиф. Имя же Деве – Мария.

Далее проповедник разъясняет, почему именно в Назарет и почему именно эта дева должна была принять ангельское благовестие. Здесь используется вопросно-ответный прием:

Сказал: В Назарет. Зачем? чтобы богооблагодившую красоту Девы, как розу... *Вседержитель избрал (Εἰς Ναζαρετ, φησὶ. Διὰ τὴν ἰνὰ τοῦ τῆς παρθενίας θεοχαρίτων καλλοῦ, καθάπερ ρόδου... Παντοκράτωρ ἐκλεξήται).*

Попутно стоит отметить, что такой же прием «вопрос – ответ» использовался в одной из благовещенских проповедей, атрибутируемых Иоанну Златоусту, но на самом деле ему не принадлежащих (так называемый псевдо-Златоуст, гомилия с началом «Вновь радостные благовествования...»). В этой гомилии автор / проповедник также задает вопросы и сам на них отвечает:

«В месяц шестой послан был Гавриил к Деве». О каком шестом месяце говорится, о каком? С того, с которого Елисавета приняла благовествование, с которого зачала Иоанна. Откуда же известно это? Пусть сам архангел объяснит: «Се, – говорит, – родственница Твоя Елисавета, зачала сына; и этот месяц уже шестой для нее, называемой неплодной»...

Что это за книга запечатленная, как не Чистая Дева? Через кого она дастся? Конечно, через священников. Кому она будет дана? Плотнику Иосифу. ... Это предсказал пророк ранее: «Дастся, – говорит он, – книга запечатленная человеку, ведущему Писания», то есть сочетавшемуся браком; и скажет он: «не могу ее познать». Почему же не можешь, Иосиф? «Потому что – говорит – она запечатана». Для кого она сохраняется? Для Творца всяческих она хранится [3, с.890-891].

Далее в проповеди Андрея Критского идет ряд восклицаний, в которых в форме антиномий прославляется необычайное событие, обозначаемое автором как *παράδοξον πράγματων* – удивительное дело. И только чуть позже (col. 893) обнаруживается, что всё, произнесенное выше, начиная с введения в ситуацию Благовещения, является мыслями Гавриила, предметом его размышлений до того, как он предстанет перед Марией:

Так спорил с самим собой архангел (Ταῦτα δὴ τότε στήσας καθ' ἑαυτὸν ὁ ἀρχαγγέλос).

Таким образом, введение собственной речи персонажей начинается еще до самого благовещенского диалога. При этом одним из ключевых слов в этом внутреннем монологе архангела является слово χαῖρε и однокоренные ему лексемы (χαράς).

В этом же фрагменте, включающем в себя риторическую конструкцию «вопрос-ответ» и речь архангела к самому себе, проповедь Андрея Критского сопоставима с текстом упомянутой благовещенской гомилии псевдо-Златоуста (начало «Вновь радостные благовествования...»). Однако в гомилии Андрея речь ангела более пространна за счет рефренов и развернутых толкований первичного евангельского текста – пространна до того, что она сливается с авторской речью, и сложно отличить, где начинается и заканчивается собственно слово проповедника. В гомилии псевдо-Златоуста, напротив, дидактический и герменевтический элементы отсутствуют, и вся гомилия целиком представляет собой диалог Бога и Гавриила, при этом реплики Гавриила выражают тот момент сомнения, который присутствует почти во всех благовещенских гомилиях.

Другой более ранний текст, с которым гомилия Андрея Критского пересекается в смысловом и словесном плане, – это кондак на Благовещение преп. Романа Сладкопевца (V–VI вв.): в самом начале кондака Гавриил, уже у дома Марии, рассуждает сам с собой о том, как возможно таинство Божественного воплощения, о котором он собирается возвестить Деве:

Архистратиг небесных воинств, получив Божественное повеление о милосердии к человеку, поспешил явиться перед Девой, как сказано в Писании. Придя в Назарет, в доме Иосифа, спросил сам себя в изумлении, как может Всевышний поселиться с земными? Небо всё, – сказал он, – и огненный престол Твой не могут вынести Твоего величия: эта бедная Дева, как может Она Тебя принять? Он – Всевышний, наводящий трепет, а здесь Он станет видимым? Но будет всё, как Он хочет. Здесь остаюсь я, чтобы сказать Деве: Радуйся, Невеста невестная [4, р. 21–22].

Далее в проповеди преп. Андрея появляется само ангельское приветствие – также цитата из Евангелия: *Радуйся, Благодатная, Господь с Тобою* – после чего диалог все еще не начинается, а следует ряд хайретизмов с различными номинациями Девы Марии (невеста – *νύμφων*, сокровище – *θησαυρε*, небо – *ουρανε*, кивот – *κιβωτος* и т. п.). Интересно и то, что здесь используется та же фраза, что и в проповеди Софрония Иерусалимского – отсутствующая в тексте Евангелия, но встречающаяся в молитвах: *Благословенна Ты в женах, и благословен плод чрева Твоего*. Эта речь Гавриила распадается на две части, по количеству рефренов: первая – в которой рефреном выступает евангельское *Радуйся*, и вторая, где рефреном является слово *Благословенна*.

Часть ангельской речи с благословениями плавно переходит в следующую часть, в которой цитируются ветхозаветные пророки, предвозвещавшие воплощение Христа через Деву. В частности, среди цитат из книг Иезекииля, Даниила, Аввакума, За-

харии есть цитата из пророка Исаии, которая уже использовалась в гомилии псевдо-Златоуста «На Благовещение Преславной нашей Владычицы Богородицы» (начало «Вновь радостные благовествования»), а именно – фрагмент о запечатанной (εσφραγισμενη) книге как образе Девы Марии. Ср.:

Первичный текст – Ис. 29:11–12: И всякое пророчество для вас то же, что слова в запечатанной книге, которую подадут умеющему читать книгу и говорят: «прочитай ее»; и тот отвечает: «не могу, потому что она запечатана». И передают книгу тому, кто читать не умеет, и говорят: «прочитай ее»; и тот отвечает: «я не умею читать».

Гомилия псевдо-Златоуста: Это предсказал пророк ранее: «Дастся, – говорит он, – книга запечатанная человеку, ведущему Писания», то есть сочетавшемуся браком; и скажет он: «не могу ее познать». Почему же не можешь, Иосиф? «Потому что – говорит – она запечатана». Для кого она сохраняется? Для Творца всяческих она хранится.

Гомилия Андрея Критского: «Благословенна Ты в женах», как увидел Тебя Исайя пророческим оком, ... назвал Тебя стеной и садом, и свитком, и тот запечатанным явился.

Здесь наблюдается только образное совпадение: Андрей Критский кратко перечисляет основные прообразы Богородицы, встречающиеся у пророка Исаии, в то время как в гомилии, приписываемой Златоусту, указывается только одна метафора (Дева – запечатанная книга), однако эта метафора разворачивается и разъясняется проповедником. При этом такая общность образов важна, так как она может говорить о родстве именно этих двух текстов, так как в других благовещенских текстах именно эта мариологическая метафора отсутствует.

Собственно диалог в гомилии преп. Андрея начинается только ближе к середине гомилии, хотя первая фраза архангела, с которой начинается и евангельский диалог, находится в ее начале, после чего следует пространное отступление – похвала Богородице, речь архангела, цитирование пророков. Только после всего этого следует продолжение диалога: фраза «Что это за приветствие?», которая в евангельском тексте описывает чувства и мысли Марии, здесь становится отправной точкой для развития диалога и уже не просто для выражения смущения Девы, но для объяснения чувств Марии. Диалог, логика развития которого предполагает непрерывный обмен репликами, прерывается как бы искусственной вставкой, имеющей не только хвалебный характер, но и отчасти выполняющей опять же герменевтическую функцию – толкование Ветхого Завета, а именно – пророческих книг – в контексте Нового Завета.

Реплика Марии в данном случае – как ответ на приветствие Гавриила – скорее не реплика в привычном смысле этого слова, а слова, отражающие

внутреннее состояние Богородицы. Важно, что один из основных моментов, которые смущают Марию в этой ситуации, – это не только содержание ангельской вести, но и сам вестник:

По голосу – будто человек, но по виду – как бес-телесный. Ангелом его называю, но говорит он как человек (Ανθρωπον λογισμαι τον φθεγγόμενον; Αλλ' ως ασώματος φαίνεται. Αγγελον αυτον νομισω; αλλ' ως ανθρωπος φθεγγεται).

Внешний вид ангела как аргумент в объяснении смятения и смущения Марии встречается далеко не во всех благовещенских текстах: из более ранних гомилетико-гимнографических текстов он встречался только в кондаке преп. Романа Сладкопевца:

Сказав так, небесный житель вошел под кров Чистой и обратился к Ней с такими словами: Радуйся, Господь с Тобою. Но дитя, без сомнения, по Божественному провидению, ничего не сделала, но склонила голову к земле и хранила молчание. Связывая мысль с мыслью, размышление с размышлением, Она воскликнула: Что это, что Я вижу? Как помыслию такое? Появился в огне, но голос человека, у того, кто здесь, и он беспокоит и смущает Меня, говоря – Радуйся, Невеста невестная (кондак преп. Романа, строфа 3) [4, р. 24–25].

Евангельский ответ Гавриила Марии, точнее, тому чувству смущения и испуга, которое испытывает Мария, в гомилии преп. Андрея разбивается и превращается в рефрен: повторяется фраза *Не бойся, Мария*, к которой прибавляется различное продолжение, также заимствованное из текста Евангелия от Луки – то *Господь с Тобою*, то *ибо обрела благодать у Бога*. Важно отметить, что евангельские цитаты не только встраиваются в гомилетический нарратив, но и соплагаются с цитатами из других книг Священного Писания, в частности, из книг пророческих. Так, когда Гавриил говорит Марии *Не бойся*, он рассказывает Ей о рождении Бога и человека Христа, описывая Его словами пророка Исайи:

Господь и Бог всемогущий, Владыка мира... и будущих веков Отец (Κυριος γαρ και Θεος εξουσιαστης, αρχων ειρηνης... και του μελλοντος αιωνος πατηρ). Ср.: «Ибо младенец родился нам; Сын дан нам; владычество на раменах Его, и нарекут имя Ему: Чудный, Советник, Бог крепкий, Отец вечности, Князь мира» (Ис.9:6).

Ответ Марии содержит евангельскую цитату *Как будет это, когда Я мужа не знаю* (πως εσται μοι τουτο, επει ανδρα ου γινωσκω). Этими словами начинается реплика Марии, и этими же словами она заканчивается. Между двумя повторяющимися фразами варьируется тема непорочности Марии, причем это варьирование происходит традиционным способом – смысл евангельской цитаты сохраняется, но евангельские слова заменяются синонимичными конструкциями, например:

Μνηστηρα μονον, αλλ' ουκ ανδρα τον Ιωσηφ επισταμαι <...> ουκ ανηρ αγνωρισθη μοι – *замужем, но мужа Иосифа не знаю; муж не познал меня*.

Если говорить об образной системе диалога в проповеди Андрея, то необходимо упомянуть образы Ветхого Завета, встречающиеся именно в этой ответной реплике Гавриила и интерпретируемые в мариологическом ключе – как прообразы Девы Марии. В гомилии используется три основных образа-символа – процветший жезл; камень, источивший воду; неопалимая купина: *πως η ραβδος εξηνηθησε · πως η πετρα το υδωρ απετεκε, ποθεν εγκυμονησασα · πως το της βατου πυρ υπεισηλθεν εν τη θαμνω, μη φλεξαν αυτην*. Эти образы использованы в ответе Гавриила на слова Марии *Как будет это, когда Я мужа не знаю*. Необходимо отметить, что эти же образы встречаются и в недиалогическом каноне на Благовещение того же Андрея Критского, в песни 5: процветший жезл Аарона, отрасль Иессеева (ραβδος Ααρων βλαστησασα, του Ιεσσα δε η ριζα, тропарь 1); камень, Даниилом прореченный (ο λιθος... Δανιηλ ωσπερ προγραφει, тропарь 3); купина умная, неопалимая (βατε νοητη, η αφλεκτος, тропарь 4).

Диалог заканчивается почти в конце самой гомилии согласием Марии и евангельской цитатой: «И отошел от Нее ангел» (και απηλθεν απ' αυτης ο αγγελος).

При этом почти каждая цитата или структурный элемент события Благовещения (Благая весть – сомнение Марии – ответ Гавриила – согласие Марии) в гомилии преп. Андрея словесно маркированы: чаще всего их сопровождает языковой маркер *φησι*, реже – целая фраза-вопрос *Τι ουν φησι το Ευαγγελιον*. Так в тексте проповеди отграничивается слово проповедника и слово Евангелия, притом что в других рассмотренных гомилиях, предположительно более ранней датировки, не было такого вербально выраженного разграничения слова автора и прецедентного (первичного, то есть евангельского) слова.

Таким образом, гомилия на Благовещение Андрея Критского, рассмотренная в контексте более ранних благовещенских гомилий как часть единой литературной традиции, имеет следующие моменты схожести с этими ранними текстами:

1) проповедь Андрея Критского и проповедь, атрибутируемая Златоусту (начало «Вновь радостные благовествования»), в которой содержится диалог Бога и архангела:

- одинаковый прием «вопрос-ответ»,
- сомнения Гавриила в возможности воплощения Бога от земной женщины (в гомилии Андрея Критского – внутренняя речь Гавриила),
- образ «Богородица – запечатанная книга».

2) проповедь Андрея Критского и кондак на Благовещение преп. Романа Сладкопевца:

- сомнения Гавриила, выражающиеся в его мыслях, в его внутренней речи,
- внешний вид архангела.

Важную роль в гомилиях играет евангельская цитация – не близкое к известному священному тексту воспроизведение ситуации, а дословное цитирование с последующей интерпретацией.

Другая особенность, характерная для византийских гомилий, – это наличие контекста: диалог Марии и ангела помещен в гомилетический нарратив, а не представлен как самостоятельный текст. Эта особенность присутствует в более ранних гомилиях – гомилии псевдо-Златоуста («На Благовещение Богородицы и против нечестивого Ария», начало: «В предшествующий воскресный день...»), гомилиях, приписываемых Афанасию и Исихию Иерусалимскому, а также в гомилии Софрония Ие-

русалимского и проанализированном тексте Андрея Критского.

ЛИТЕРАТУРА

1. Patrologia Graeca (PG). Excudebatur et venit apud J.-P. Migne Editorem, 1858. XCVII, col.881 – 913. Перевод текстов на русский язык по данному изданию мой. – А. В.
2. La Piana G. Le rappresentazioni sacre nella letteratura bizantina dale origini al secolo IX. – Grottaferrata, 1919.
3. Иоанн Златоуст, св. Творения. – Свято-Успенская Почаевская лавра, 2005. – Т. 6. – 1015 с.
4. Romanos le Melode. Hymnes. Tome II. Nouveau Testament (IX-XX) / Sources Chretiennes, № 110. – Paris, 1965. Перевод текстов на русский язык по данному изданию мой. – А. В.

*Общecerковная аспирантура и докторантура имени
святых равноапостольных Кирилла и Мефодия*

Волкова А. Г., аспирант

E-mail: volk8585@bk.ru

*Post-graduate and doctoral courses named after holy and
equal-to-the-apostles Cyril and Methodius*

Volkova A. G., Post-graduate Student

E-mail: volk8585@bk.ru

ПРЕДМЕТ СРАВНЕНИЯ КАК КОМПОНЕНТ ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЙ КОНЦЕПТОСФЕРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЭЗИИ С. ЕСЕНИНА И В. МАЯКОВСКОГО)

Х. К. М. Драйсави, О. Н. Чарыкова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: данная статья посвящена анализу предмета сравнения в художественных компаративных системах С.Есенина и В.Маяковского. Результаты исследования показывают, что сопоставительный анализ предмета сравнения является результативным приёмом выявления релевантных черт индивидуально-авторской концептосферы.

Ключевые слова: сравнение, предмет сравнения, индивидуально-авторская концептосфера, сопоставительный анализ, оппозиция.

Abstract: the article is devoted to the analysis of comparisons in art-thinking of S.Yesenin and V. Mayakovsky. Results show that analyses of comparisons is relevant for the study of conceptual sphere of author's art-thinking.

Key words: comparison, specific style, associational mechanism, imaginative thinking, opposition.

Сравнение является одним из наиболее ярких средств выражения творческой индивидуальности художника слова, важным показателем специфики индивидуальной художественной картины мира, которая реализуется через идиостиль.

При анализе сравнений принято выделять следующие структурные компоненты данного образного средства: А – предмет сравнения (и соответствующая языковая единица, репрезентирующая его); В – образ сравнения (и соответствующая языковая единица); f – формальный показатель сравнения; С – основание сравнения (и соответствующая языковая единица).

Бесспорным представляется тот факт, что наиболее ярко художественная индивидуальность поэта проявляется в выборе образа сравнения. При анализе художественного идиостиля такая точка зрения обуславливает особое внимание исследователей к данному компоненту компаративной структуры. Однако не менее значимым для выявления особенностей художественного мира поэта представляется исследование предмета сравнения. Особенно наглядно правомерность такого подхода выявляется при сопоставлении компаративных систем разных художников слова. Для доказательства данного положения проведём сопоставительный анализ предмета сравнения в художественных компаративных системах С. Есенина (423 лексических единицы) и В.Маяковского (487 единиц).

В поэтических произведениях этих авторов выявлены компаративные конструкции, в которых предмет сравнения относится к одной из следующих ког-

нитивных сфер: 1) антропологической (предметом сравнения является человек); 2) натурфактной (предмет сравнения – естественный природный объект или явление); 3) артефактной (предмет сравнения – объект, созданный в результате деятельности человека).

Анализ показал, что в произведениях С. Есенина первое место по количественным параметрам занимает предмет сравнения, относящийся к когнитивной сфере «натурфакт» (210 единиц), второе – «человек» (179 единиц), третье – «артефакт» (34 единицы). В произведениях В. Маяковского наиболее часто предметом сравнения становится человек (288 единиц), второе место по количественным параметрам занимает артефакт (120 единиц), третье – натурфакт (79 единиц).

Соотношение количественных параметров чётко выявляет степень аксиологичности указанных когнитивных сфер для художественного мира каждого из поэтов. Если для С. Есенина главным объектом творческого внимания является мир природы, то для В. Маяковского первостепенный интерес представляет изображение человека как члена социума.

Отличия в восприятии и отражении мира у данных поэтов проявляются и в репрезентации предмета сравнения внутри каждой из выделенных семантических сфер. Рассмотрим это подробнее.

В случае, когда предметом сравнения является человек, он может быть обозначен: а) именами существительными; б) местоимениями, выступающими в качестве заместителей существительных. У С. Есенина местоимения составляют ~ 28% от всех обозначений человека как предмета сравнения, у В. Маяковского ~ 34%. Наиболее частотным в поэзии С. Есенина является личное местоимение Я, количество его упо-

треблений составляет 64,7% от общего числа используемых местоимений. Местоимение МЫ употреблено всего два раза, что составляет ~ 3,8%. Существенное преобладание в компаративах местоимения Я и минимальное количество местоимения МЫ свидетельствует о том, что в поэзии С. Есенина в качестве предмета сравнения, выраженного местоимением, выступает преимущественно лирический герой.

В поэзии В. Маяковского количество употребленных местоимения Я для обозначения предмета сравнения составляет ~ 46% от общего числа местоимений, а количество местоимений МЫ ~ 18,3%. Значительное количество местоимений МЫ в позиции предмета сравнения у Маяковского свидетельствует о том, что он отождествляет себя с массами и говорит от их имени.

Среди других местоимений наблюдается следующее соотношение. Местоимение ТЫ: С. Есенин ~ 19,6%, В. Маяковский ~ 12,6%, местоимение ВЫ: С. Есенин ~ 5,9%, В. Маяковский ~ 4,6%. Местоимения ОН, ОНА, ОНИ: С. Есенин ~ 5,9%, В. Маяковский ~ 12,6%. Более частотное по сравнению с С. Есениным употребление местоимений 3-го лица в позиции предмета сравнения позволяет утверждать, что лирический герой В. Маяковского не замыкается на собственной личности, ощущает свою причастность к жизни народа.

Более выраженный, чем у С. Есенина, интерес В. Маяковского к жизни социума подтверждается и при сопоставительном анализе существительных, номинирующих человека в позиции предмета сравнения. В поэзии В. Маяковского из общего числа номинаций человека по различным признакам (возраст, родственные отношения, поведение и т. д.) наибольшее количество (~ 57%) составляют наименования лица по профессии, роду занятий, социальному положению и мировоззрению. Именно эти характеристики лежат в основе социального статуса человека, определяют его социальную функцию. У С. Есенина число таких номинаций составляет 24% от общего количества. Это позволяет предположить, что в художественном мире С. Есенина социальный статус человека менее значим, чем в художественном мире В. Маяковского.

При сопоставлении особенностей репрезентации предмета сравнения, относящегося к семантической сфере «природа», выявляются отличия не только количественного характера (210 единиц

у С. Есенина и 79 у В. Маяковского), свидетельствующие о том, что природа для С. Есенина является главным объектом изображения, а в художественной системе В. Маяковского она занимает последнее место, но и отличия в отборе изображаемых объектов. Наиболее ярко эти отличия проявляются в группах существительных, называющих растения (47 единиц у С. Есенина, 3 у В. Маяковского) и животных (17 единиц у С. Есенина, 3 у В. Маяковского), что свидетельствует о высокой аксиологичности данных концептов для С. Есенина и нерелевантности их для В. Маяковского.

При сопоставлении особенностей репрезентации предмета сравнения «артефакт» выявляется, что для С. Есенина данная когнитивная сфера имеет самую низкую степень аксиологичности, а для В. Маяковского – вторую после антропологической сферы. При анализе тематических групп существительных, используемых поэтами для репрезентации предмета сравнения «артефакт», выявлено, что наиболее релевантными для В. Маяковского являются лексические единицы следующих семантических групп: «город и его части» (11 единиц), «городские строения и сооружения и их части» (17 единиц), «транспортные средства» (13 единиц). У С. Есенина данные группы представлены единичными лексемами, что свидетельствует об отсутствии активного творческого интереса «последнего поэта деревни» к городской среде.

Изучение репрезентации предмета сравнения в компаративных структурах С. Есенина и В. Маяковского даёт возможность определить когнитивные сферы, наиболее значимые для их творческого мировосприятия, очертить круг концептов, релевантных для индивидуально-авторской концептосферы каждого из поэтов, и даже до определённой степени прояснить их общественную позицию.

Сопоставительный анализ предмета сравнения в компаративных художественных системах С. Есенина и В. Маяковского позволяет утверждать, что различия, проявляющиеся у этих поэтов в восприятии и отражении окружающего мира, реализуются в следующих оппозициях: а) природа – цивилизация; б) деревня – город; в) интимность – гражданственность.

Таким образом, анализ языковой объективации предмета сравнения является результативным способом выявления релевантных черт индивидуально-авторской концептосферы.

*Воронежский государственный университет
Драйсави Х. К. М., аспирант кафедры общего языкознания и стилистики
E-mail: ochar@inbox.ru*

*Чарыкова О. Н., доктор филологических наук,
профессор кафедры общего языкознания и стилистики
E-mail: ochar@inbox.ru*

*Voronezh State University
Draisavi H. K. M., Post-graduate Student of the General Linguistics and Stylistics Department
E-mail: ochar@inbox.ru*

*Charykova O. N., Doctor of Philology, Professor of the General Linguistics and Stylistics Department
E-mail: ochar@inbox.ru*

ЛАГЕРНАЯ ПОЭЗИЯ XX ВЕКА: ПОЛЯРНОСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПОИСКОВ В. П. СОКОЛОВА И С. С. МИЛОСЕРДОВА

А. В. Дубинин

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина

Поступила в редакцию 2 апреля 2014 г.

Аннотация: актуальность исследования обуславливается обращенностью автора к материалу малоизученной лагерной поэзии второй половины XX века. Впервые сопоставляются творческие пути двух поэтов одного поколения В.П. Соколова и С.С. Милосердова. Целью работы является выявление причин идейного и поэтического антагонизма этих авторов. На основе биографического метода исследуется генезис и специфика их художественных концепций.

Ключевые слова: лагерная литература XX века, поэзия, Валентин Соколов, Семен Милосердов.

Abstract: the acute character of the research is determined by the author's reference to the prison poetry of the second half of the 20th century. For the first time the artistic ways the two poets of one generation, V. P. Sokolov and S. S. Miloserdov are considered. The aim of the paper is to identify the reasons for ideological and poetic antagonism of these authors. The author studies the genesis and the peculiarity of their artistic concepts on the basis of the biographical method.

Key words: prison literature of XX century, poetry, Valentin Sokolov, Semyon Miloserdov.

В начале 1990-х годов в литературоведении резко возрос интерес к лагерной литературе. На первый взгляд этот пласт творчества может показаться достаточно однородным по своей тематической и идеологической составляющей. Однако, при более детальном рассмотрении возможно получить весьма интересные результаты, свидетельствующие не только о разнообразии лагерной литературы, но и, порой, полярности творческих решений, оценок и тематических ракурсов. Это наглядно отражено в лагерных стихотворениях В.П. Соколова (1927–1982) и С.С. Милосердова (1921–1988). Если сравнить творчество этих поэтов, окажется, что их идейные константы, как и способы художественного мировосприятия, вступают в неразрешимые противоречия. В данной работе мы стремимся проанализировать особенности лагерной поэзии обоих поэтов и выявить причины такого антагонизма, исследовать основные тематические пласты, характерные для их творчества. Такой подход позволяет наиболее полно отразить полярность художественных поисков и решений авторов.

В воспоминаниях о прошлом, написанных уже в заключении, жизнь до лагеря представляется поэтам некой «идиллией», где не слышен ещё «замочный скрежет каземата». Ощущения лирических героев схожи по общему тону произведений. Однако уже здесь намечаются радикальные различия в самоощущении и дальнейшей эволюции поэтов-заключенных. У С. Милосердова акцент делается на политические

мотивы. Его лирический герой ещё молод, но уже обладает гражданским самосознанием:

Как же так случилось?

На Тверском бульваре

я, Литинститута

молодой студент,

плакал от восторга,

презирал Бухарина,

а теперь враждебный

сам вот

элемент...

(«Отобрали волю») [1, 91]

Раннее мироощущение Соколова кардинально отличается. Его герой — тонкий лирик. Зрелый же поэт относится к нему с небрежной снисходительностью, изображая его внутренний мир при помощи клишированных будто бы романтических концептов: «золотые акварели», «лунный свет», «пение соловья»:

Я писал, когда был юным

Золотые акварели,

На которых в свете лунном

Соловьи о счастье пели.

(«Я писал, когда был юным...») [2]¹

Вскоре в творчестве Соколова романтические «золотые акварели» сменяются мрачными картинами лагерного быта, тоски, не находящей выхода. В этой резкой перемене настроений выразится вся сложность судьбы поэта. Контраст виден довольно отчетливо в описании лагеря и его обитателей:

¹ Система знаков препинания в стихах В. Соколова авторская.

*Там на вахте мерзнут трупы,
А в столовой, в миске супа,
Взглядом жадным ищет круп
Человек больной и черный,
Скорбной мыслью омраченный
Полутруп.*

(«Здравствуй, зона!») [3]

Использование гротескных образов (отождествление осужденных с трупами) служит маркером авторского восприятия лагеря. Поэт стремится передать ужас ГУЛАГа, отчаяние, которое испытывает лирический герой. «Вечный узник» Соколов видел свое поэтическое предназначение в том, чтобы изобразить исправительную систему изнутри и передать это послание потомкам.

Описание лагеря у Милосердова выглядит не столь ярко. Его лагерь — это, прежде всего, замкнутое пространство, некий вакуум:

Тут серой краскою дни перепачканы.

Тайга. Увалы. Да валуны.

*До перебреха в селе собачьего
отсюда дальше, чем до луны.*

(«Когда нет писем») [1, 101]

В данной строфе Милосердов обращается к описанию природы. Она изображается скупой, схематично, будто случайно вводится автором в ткань произведения, что позволяет достичь высокой точности в передаче ощущений лирического героя. Необходимо отметить, что природа занимает одно из ключевых мест в тематическом поле Милосердова, поэтому использование такого романтического приема здесь отнюдь не случайно. Это уже не гипертрофированно мрачные, пугающие образы Соколова. Милосердов направляет взгляд читателя «в сторону» от человеческих страданий, за пределы зоны. Благодаря этому ощущение замкнутости лагерного пространства в итоге смягчается, передается не так отчетливо, несмотря на то, что два последних стиха приведенного четверостишия содержат явное указание на духовное и физическое здоровье, изолированность героя.

Наиболее ярко различие идейных ориентиров Соколова и Милосердова проявляется в их отношении к существующему государственному устройству. В частности, к лагерной администрации. Милосердов достаточно отчетливо обозначает свою позицию в стихотворении «Обмолвка», где лейтмотивом является тема взаимоотношений поэта и власти:

Обожгла

запрещенная в лагере фраза:

— Как, товарищи, ваши дела?

*Был начальник с лесоповала,
нарушая запрет и режим.*

*Нас обмолвка его взволновала
сокровенным смыслом своим.*

(«Обмолвка») [1, 95]

В советских лагерях обращение «товарищ» по отношению к осужденному означало, что он реабилитирован и готов стать полноправным членом общества. Семен Милосердов был убежден, что его арест — всего лишь досадная ошибка. Он всю жизнь был верен установкам правительства и не поменял своих взглядов даже в годы заключения. Темы государственности и идеологии присутствуют и в более поздних его стихах.

Валентин Соколов, напротив, являлся открытым противником существующего строя. Стихи были его оружием борьбы с официальными государственными структурами:

Обличал тузов партийных –

Бюрократов и глупцов,

Отвратительно противных

Человекожеребцов.

(«Я не вождь...») [4]

Писатель и эссеист А. Истогина, исследовавшая биографию и творчество Соколова, писала о нем: «Ничто не могло смягчить его неприятия. В юности понял он, что такое Сталин, и даже Ленин, что такое система в целом, растоптавшая человека. Он знал уже тогда, что "страшная страна" — это не Россия, а СССР, видел все "без очков и без бинокля" и писал об этом всю жизнь — в тюрьме и на воле, прямо и резко, а потому был ненавидим режимом до конца» [5].

Гораздо красноречивее, чем стихи, за поэта говорит его биография. Сведений о его жизни сохранилось крайне мало, в разных источниках они не совпадают, поэтому мы приведем лишь даты и краткие факты.

Валентин Соколов родился 24 августа 1927 года в городе Лихославле Калининской (ныне Тверской) области. Окончил Московский институт стали и сплавов. В этот период были написаны первые стихотворения. В 1948 году проходил службу в 240-й гвардейской минометной дивизии, тогда же получил свой первый срок за стихи. Это и стало отправной точкой для всей судьбы поэта. Второй арест (29 мая 1958 года, якобы на 15 суток — по Указу «Об ответственности за мелкое хулиганство») превратился в 10 лет — так решил Ростовский областной суд 29 августа 1958 года. В Дубровлаг Соколов прибыл 13 октября 1958 года. Эти годы особенно насыщены стихами. Выйдя из лагеря 31 августа 1968 года, Соколов поселился в Новошахтинске. Работал на шахте помощником стволового. В 1970 году, на одном из собраний обругав начальство, получил год, а 24 октября 1972 года Ростовским же судом приговорен к 5 годам лишения свободы.

По окончании срока Соколов отказывается от советского паспорта и требует выезда в любую страну, что расценивается как заболевание. Поэта помещают на принудительное лечение в психиатрическую больницу города Черняховска (Калининградская область), а потом Новошахтинска (Ростовская

область), где 7 ноября 1982 года Валентин Соколов умирает от инфаркта.

Наиболее емко отношение Соколова к администрации исправительных учреждений выражено в следующих строках:

*Вокруг меня тесней сдвигались стены,
И надзиратель царствовал в стране.*

...

*Он страшен был... На морде протокольной
Клеймо цинизма шлепнула тюрьма...*

(«Я не вождь...») [4]

Как видно из текста стихотворения, под «надзирателем» подразумевается руководство страны. Данный эвфемизм, а также употребление ругательной и просторечной лексики четко обозначают позицию Соколова по отношению к официальной власти.

Различия в тематических векторах стихотворений Милосердова и Соколова коренятся настолько глубоко, что даже любовная тема раскрывается у поэтов абсолютно различно. Если возлюбленная Милосердова — чистый, светлый идеал, донкихотовская «дама сердца», ради которой лирический герой переносит все страдания,

*Что же держит на земле
столько горьких лет?*

*Не затерянный во мгле
глаз любимых свет,*

(«Свет») [1, 104]

то любовь Соколова трагична. В его стихах романтический образ возлюбленной уступает место «гулящей женщине», растворяясь в его «годах без надежды»:

*На сотнях сумрачных дорог
Любви не встретил настоящей
И что для девушки берег,
Все отдал женщине гулящей.*

(«На сотнях сумрачных дорог») [2]

Одной из «сумрачных дорог» для Соколова стала воля. Из своих пятидесяти пяти лет жизни тридцать пять он провел в тюрьмах и закрытых психиатрических лечебницах. Поэт почти не знал большого мира за колючей проволокой, он пугал его. Страхом и отчаянием пронизаны стихи о воле. Это — Москва глазами «временного отпущенника», как называл себя поэт, не сомневаясь, что «сядет» снова:

*Страшно тут и пусто тут
Ветры чёрные метут
Ветры чёрные цветут
Тут.*

(«Страшно тут...») [3]

Соколов с горечью осознает, что в нормальной жизни для него уже нет места. Он противопоставляет себя официальному обществу, изображая лирического героя на фоне «московской толпы»:

*Теперь они совсем в других обличьях,
В костюмах новых, в шляпах и пальто,*

*А я, одетый менее прилично,
Для них для всех ничтожное ничто.
(«Вот я на воле») [2]*

Это была «советская действительность», та самая, основы которой Соколов всю жизнь пытался пошатнуть своими стихами. Она же стала для Семёна Милосердова его творческой платформой, на которой он впоследствии сумел раскрыть свой талант.

После лагеря Милосердов возвращается на свою малую родину, в Тамбов. Работает журналистом в одной из газет, пишет стихи, активно публикуется в местной печати, участвует в литературной жизни области. Воля была для Милосердова не абстрактно-иллюзорным миром, каким мы видим ее у Соколова. Она имела четкие очертания, была насыщена вполне конкретными деталями. Воля по Милосердову — это «хлеб в мешке холщовом», «даль и рощи Притамбовья». Лагерь все же наложил свой отпечаток на личность поэта:

*О, мне бы только позабыть
замочный скрежет каземата
и широко глаза раскрыть,
и ветер обнимать, как брата!*

(«Без конвоира») [1, 105]

Но в стихах Милосердова остается место для новой, счастливой жизни. Перенесенные страдания не сломили его, не отняли способности чувствовать прекрасное:

*Мгновенья осени ловлю,
внимаю крикам журавлиным.
И все никак не утолю
тоску по рощам и долинам.*

(«Без конвоира») [1, 105]

Гармония с миром обретается через тесную связь Милосердова с природой. «Присягнув когда-то берегам, Семен Милосердов присягнул всему, что связано с Родиной» [6, 235], — отмечает Л.В. Полякова в статье о поэте. «Полный восхищения и света», Милосердов вступает в новую жизнь, которая была наполнена «ощущением праздника, песен, труб и знамен...». Он не противопоставит обществу, а наоборот, ощущает себя его частью. Своими стихами поэт помогает народу вступить в «завтрашний день», который видится ему весьма оптимистически:

*...и есть у нас на будущее
сметы,
и планы продолженья штурма
неба.*

(«Все улицы распахнуты для смеха») [6, 53]

Милосердов говорит о будущем восторженно, с гражданским пафосом. Народ, победивший в Великой Отечественной войне, прошедший тяжелый путь становления государственности, способен на многое:

*Идем вперед, оберегая
и сон детей, и яблонь рост.
И, горизонты раздвигая,
несем на лицах отблеск звезд.*

(«Мальчишка, был я опечален») [6, 30]

Валентин Соколов видит будущее в своем ракурсе. В 1956 году, в заключении он напишет стихотворение, явившееся результатом его размышлений о судьбах своего народа, где предрекает конец существующего режима:

Долго ли тьму нам терпеть?

Я отвечаю вам: да.

Будет ли небо светлеть?

Я отвечаю вам: да.

Мы ль переделаем свет?

Я отвечаю вам: нет.

Мы ли приблизим рассвет?

Я отвечаю вам: нет.

(«Долго ли тьму нам терпеть?») [2]

Соколов чувствовал, что не доживет до конца «века ЧК и партбилетов». Позже, в 1961 году он напишет:

То, что вас уничтожит

Заложено в вас самих

Вот почему, Боже,

Стал я отныне тих.

(«То, что вас уничтожит») [2]

Жизненный итог, подводимый Соколовым, неутешителен. Его лирический герой уже не бесстрашный бунтарь-одиночка, борющийся с несправедливостью. Теперь это «старик», одолеваемый «повседневными кошмарами» прошлого и настоящего:

Вот теперь я старый-старый

С головы свисает плесень

Повседневные кошмары

Стали в центр свободных песен.

(«Я писал, когда был юным») [2]

Эти строки написаны в 1956 году: Соколову тогда было всего двадцать девять лет.

Судьба Семёна Милосердова сложилась иначе. Это сказывается на рефлексии лирического героя. Он осмысливает заключение по-своему:

Не таю обиду, не таю

На деревья в лагерном краю.

(«Не таю обиду») [1, 105]

Это стихотворение наиболее емко отражает сущность творчества и личности тамбовского поэта. Стойкость, умение радоваться жизни, неиссякаемая надежда на лучшее как жизненный принцип поэта:

И сегодня я благодарю

Каждую светившую зарю.

(«Не таю обиду») [1, 106]

Милосердов прожил долгую трудную жизнь. Он воевал, был дважды ранен и уже после войны попал в лагерь. Но в его стихотворениях нет жалоб на судьбу. Он сумел пронести через годы способность радоваться простым вещам. У поэта «ненасытные очи: / Все им мало земной красы — / Света августа, звездной ночи, / Луга, мокрого от росы» [7, 34].

Соколов представлял собой классический образ борца с режимом. Позже некоторые современники

даже объявили его «патриархом поэзии ГУЛАГа». «Я не знаю другого такого последовательного антисоветчика, как Соколов», — вспоминал впоследствии Андрей Синявский, познакомившийся с ним в орловской тюрьме. Александра Истогина в статье о поэте пишет: «У Валентина Соколова не было ни стола, ни архива — он раздаривал стихи, они переписывались, запоминались, пересылались на волю, так или иначе распространялись, хранились» [5]. Его стихи нелегально переправлялись на Запад и публиковались, в то время, как сам поэт сидел в тюрьме. Для западной общественности они были средством создания политического резонанса в борьбе против коммунистической идеологии.

Творчество Валентина З/К (так подписывал Соколов свои стихи) в художественном отношении неровно, однако оно стало неотъемлемой частью русского литературного процесса XX века.

В отличие от Валентина Соколова, Семен Милосердов нашел свое место в советской литературе. Сборники его стихов издавались в Москве, Тамбове и Воронеже. Он был членом Союза писателей СССР и Союза журналистов СССР, основал литературно-творческое объединение «Радуга», которым руководил до конца своих дней.

Милосердову свойственно романтическое мироощущение. Тамбовский поэт Аркадий Макаров писал о нем — «Семен Семенович был романтиком с головы до пяток» [8]. Он любил жизнь. Любил жить. Об этом говорят уже названия его сборников: «Ржаные венки», «Люби меня, люби», «Зори степные», «От солнца до ромашки», «Волшебница», «Земной простор», «Присягаю березам». «Сам жизнелюб и великий труженик, Семен Милосердов любил людей жизнерадостных, добрых, работающих» [9, 237], — уточняет Л. Полякова.

И свет во все концы,

И хлеб во все концы...

И я иду по рубчатому следу,

Веселые шоферы-удальцы

— Садись! — кричат. — Куда?

— Навстречу лету.

(«И свет во все концы...») [7]

Милосердов не жалел ни о чем, он до конца был верен своему поэтическому предназначению. «И сегодня я благодарю / каждую светившую зарю», — писал он, оглядываясь на пройденный жизненный путь.

Идейный антагонизм поэзии С.С. Милосердова и В.П. Соколова исходит, прежде всего, из различий их идеологических позиций, которые в дальнейшем определили судьбы поэтов. Единственное, что их объединяет, — это лагерные страницы биографии. Интерес представляет то, как по-разному Милосердов и Соколов восприняли заключение, и как это отразилось на их судьбе и творчестве. По сути, они являли собой два полюса ведущейся

в литературе второй половины XX века идеологической борьбы, которая в свою очередь определялась во многом личностными качествами ее представителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Милосердов С.С. Белые колокола / С. С. Милосердов. — Воронеж, 1991.
2. Соколов В.П. «Вот я на воле», «Долго ли тьму нам терпеть?», «На сотнях сумрачных дорог», «Я писал, когда был юным» / В.П. Соколов. – Режим доступа: <http://survive.kudin.org/content.htm>. Андрей В. Кудин «Как выжить в тюрьме». – Режим доступа: <http://survive.kudin.org/prisonrec1.htm>
3. Соколов В.П. «Здравствуй, зона!», «Страшно тут...» / В.П. Соколов. – Режим доступа: <http://tarzanissimo.livejournal.com> // livejournal.com // Режим доступа: <http://tarzanissimo.livejournal.com/96101.html>.

4. Соколов В. П. «Я не вождь...» / В. П. Соколов. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/continent/1998/98/so2.html>
5. Истогина А. Я. / А. Я. Истогина. – Режим доступа : <http://survive.kudin.org/content.htm>. Андрей В. Кудин «Как выжить в тюрьме». – Режим доступа: <http://survive.kudin.Org/prisonrec1.htm>
6. Милосердов С. С. Красное лето / С. С. Милосердов. — Тамбов, 1962.
7. Милосердов С. С. Земной простор / С. С. Милосердов. — Воронеж, 1980.
8. Макаров А. В. Мужик Семен / А. В. Макаров // Тамбовская жизнь. — 2008. — 2 апреля.
9. Полякова Л.В. Тамбовская магистраль русской литературы / Л. В. Полякова. — Тамбов, 2011.

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина
Дубинин А. В., аспирант кафедры русской и зарубежной литературы
E-mail: klop68@mail.ru

Tambov State University named after G. R. Derzhavin
Dubinina A. V., Post-graduate Student of the Russian and Foreign Literature Department
E-mail: klop68@mail.ru

«НА ГРАНИ ТЬМЫ И СВЕТА...» (ПОЭТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ А. ПРАСОЛОВА)

С. С. Коденцева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 июня 2014 г.

Аннотация: статья посвящена анализу философских традиций русской классики – А. Прасолову. Исследуется общее и различное у А. Прасолова и «тихих» лириков, определение термина «философская лирика», говорится о характере связи А. Прасолова с предшествующими ему поэтами-философами.

Ключевые слова: Алексей Прасолов, поэзия, «тихая» лирика, философская поэзия, мировоззрение, религиозность, язычество.

Abstract: the article is dedicated to A. Prasolov the follower of Russian classics philosophical traditions. In the article we explore the similarities and the differences between A. Prasolov and the “quiet” poets, explain the definition of the term “philosophical lyrics” and to talk about the connection between A. Prasolov and the foregoing poets-philosophers.

Key words: Aleksey Prasolov, poetry, «quiet» lyrics, philosophical poetry, world outlook, religious, paganism.

Алексей Тимофеевич Прасолов... Это имя сегодня занимает достойное место не только в пантеоне литературной славы Воронежа, но и в антологии русской поэзии второй половины XX века.

В. М. Акаткин в предисловии к сборнику «На грани тьмы и света» отмечал: «Поэзия была для него не только призванием, не только самоспасением, но и прорывом на новые высоты мышления, в запредельное, о чем он говорит постоянно. На крыльях стиха он надеялся взлететь туда, куда может пробиться только луч света. Преодолеть земное тяготение, оторваться от обыденных представлений и обрести духовную свободу» [1, 5].

В справочной и учебной литературе поэзию А. Прасолова традиционно относят к «тихой» лирике — явлению в советской литературе, позиционирующемуся как антипод «громкой», «эстрадной» лирики. По этому поводу В. М. Акаткин пишет: «Возникший в нашей критике термин «тихая» лирика включает в себя немногие имена: Н. Рубцов, А. Жигулин, С. Куняев, С. Дрофенко, А. Прасолов... Но, как ни странно, об этой группе часто называемых поэтов до сих пор нет больших обобщающих статей — всего лишь рецензии да упоминания в обзорах. О тенденции говорят, а она неясна» [2, 40]. Причисление А. Прасолова к данной поэтической группе достаточно условно и даже спорно.

Австрийский исследователь Алоиз Волдан так определяет место А. Прасолова в современной ему поэзии: «В то время как такие его «более громкие» и более известные современники, как Евтушенко и Вознесенский, задавали тон в поэзии 60-х и 70-х

годов актуальностью и общественной направленностью своих стихов, Прасолов выступал за совершенно другую поэзию: «Только — за поэзию мысли. Ни за какую иную». Мысль, абстрагированная от фактического материала идея — вот центральная тема не только его лирики, но и всего его творчества, которое поэтому выпадает из рамок времени, приносит ему упреки в непонятном широком читательским массам «философствовании», ставит его, однако, в один ряд с великими предшественниками в области философской поэзии» [3, 567].

Об Алексее Прасолове как продолжателе философских традиций русской классики говорил и И. О. Шайтанов: «Поэт, озаглавивший свою первую книгу «День и ночь», сразу же заставляет предположить, что ему не чуждо тютчевское начало» [4, 64]. Своеобразие философской поэзии подчеркнуто В. М. Акаткиным: «В отличие от многих «тихих», Прасолов никогда не жалуется на судьбу или начальство. Его лирика возникает не из стремления к самоустройству, а из удивления перед чудом бытия, бесконечностью жизненных и душевных превращений. У него нет обид, зависти, самоунижения, он редко что критикует в нашей жизни, казалось бы, специально созданной для критики. Он прежде всего хочет постичь мир, разгадать его загадку» [5, 3].

Попробуем разобраться, что общего и различно есть у Алексея Прасолова с «тихими» поэтами. «Тихих» лириков объединяло не только безусловное следование традициям русской классической поэзии, но и общность поэтической судьбы, выразившаяся в поздней, запоздалой, а то и посмертной известности. Действительно, жизнь Прасолова оборвалась

внезапно, и пик его популярности, к сожалению, был после смерти поэта.

«Тихие» лирики, вслед за Николаем Рубцовым и Владимиром Соколовым, тяготеют в своём творчестве к тютчевско-фетовской традиции. Они воспринимают человека как часть природы и соотносят его с мирозданием, что придаёт их лирике философский характер. Поэты этого направления стремятся к личностно-психологической тематике, изображению картин неброского русского пейзажа, традиционным стихотворным размерам. В стихах «тихих» лириков не встретишь ритмических сбоев, разностопных строк, экзотических рифм. Даже метафоры и другие яркие тропы не занимают в их поэзии главного места. Поэтому «тихость» «тихих» лириков не только в камерности, но и в негромкой, задушевной прелести обычного русского слова, простоте поэтического синтаксиса, спокойствии интонаций.

Алексея Прасолова можно отнести к тихим лирикам, но это только при поверхностном взгляде. Действительно, по форме стихи Прасолова, в отличие от новаторских попыток его «громких» современников, традиционны. В произведениях поэта преобладает столь характерный для русской лирики четырехстопный ямб, реже встречаются также хорей, дактиль и анапест. Самая популярная рифмовка в стихотворениях Прасолова *абаб*. Такая равномерная форма стихотворений — ещё один повод для сравнения Прасолова с классиками русской поэзии. Но очень большая разница в том, как понимают мир Алексей Прасолов и «тихие» поэты. Чтобы понять эту разницу, необходимо обратить внимание на философскую лирику Алексея Прасолова. Изучая ее, открываешь новые грани сознания поэта.

И. С. Чернышева замечает, что в литературоведении нет точного или хотя бы общепринятого определения термина «философская лирика». В философских словарях или литературных энциклопедиях встречаются статьи о гражданской или научной поэзии, но не о философской. Если же и появляются ссылки на философскую поэзию, то они носят скорее исторический характер. Главное отличие философской поэзии от философии — наличие лирического субъекта (или лирического героя) и метафоричность языка, а от всякой другой поэзии — круг вечных тем, которые непосредственно называются в тексте: человек и космос, человек и природа, рождение и смерть, смысл бытия, бессмертие [6, 208].

Несмотря на то, что лирический субъект у Прасолова зачастую обозначен местоимением первого лица единственного числа, весь образный строй стихотворения направлен на обобщение, на типизацию отношения человека к миру именно как представителя рода человеческого.

Исследователи считают, что в основе сюжета философской лирики «лежат нравственно-философские, натурфилософские или социально-философские оппозиции. Сюжет строится на сопоставлении понятий, которые отличаются всеобщностью, общезначимостью содержания, обозначают субстанциальные начала жизни» [7, 19]. В лирике А. Прасолова ясно виден натурфилософский характер сюжетобразующих оппозиций: хаос и бездна, человек и природа, рождение и смерть и др.

А. А. Абрамов так определил круг проблем, интересующих поэта: «Сама его мысль, сами его чувства — о крупном, о мире в целом, о человеке и мире и даже о человеке и вселенной» [8, 353]. А. Прасолов размышляет об основах бытия, пытается найти ответы на вопросы, волнующие человека: в чем смысл нашего существования? Откуда мы пришли и куда уйдем?

Время в философской поэзии стремится к расширению до вечности. В творчестве А. Прасолова оно заявляет о себе через упоминание времени отдельного человека, через аналогии с природным временем, через мифологические и исторические реминисценции. Художественное пространство в философской поэзии также содержит тенденцию к расширению — до охвата всей земли, всего мироздания. Человек Прасолова ощущает свою душу такой же бездонной, как и небо над его головой. И здесь мы обнаруживаем ещё одну важную особенность лирики Прасолова — в характерном для него сочетании крайностей, объединение совершенно разных явлений, контрастность, опору на общечеловеческие и национальные ценности, полное отсутствие оглядки на «социальный заказ», то есть свобода от так называемой «советскости». Например, в стихотворении «Пройду по памятным могилам» мы можем прочесть следующие строки:

И взгляд мой луч высокий ловит —
Свою наследственную нить:
Дай Бог вам стать у изголовья,
Чтоб для рожденья — схоронить. [9, 26]

В этом стихотворении невероятное «дай Бог» в последних ударных строчках вводит нас в мир народных и даже религиозных представлений о единстве всего сущего и бессмертии души.

А ведь рядом с такими стихами, тут же, может быть, даже в одной тетради, можно прочесть строчки, которые, на первый взгляд, содержат весь классический набор «советской» поэзии: здесь и солдаты, которые в письмах домой прежде всего интересуются, как пахнут их трактора, здоровы ли племенные кони, растут ли посаженные леса. Именно поэтому выражается уверенность:

Да, знает мать: коль битва снова грянет,
Её сыны, поднявшись во весь рост,
Не отдадут врагам на поле брани
Родных полей и вечный свет берез! [10, 5]

В философской лирике очень важно то, как позиционирует себя поэт. Верит ли он в Бога, высшие

силы или он вообще атеист. В связи с этим возникает еще одна трудность в понимании лирики Прасолова.

Многие ученые спорят, был ли Прасолов верующим человеком. Вопрос этот не простой, если принимать во внимание биографию Прасолова, а конкретно – его добровольный уход из жизни. Такая смерть атеистична: христианство не оправдывает самоубийц. Нельзя согласиться с О. Разводовой, которая утверждает: «Но если мир перевернут людьми, тогда смерть от своей руки – своего рода жертвоприношение, искупление, личная Голгофа» [11, 214]. Это высказывание, на наш взгляд, сомнительно с религиозной точки зрения, так как в нем делается попытка дать человеку право самому распоряжаться своей жизнью и тем самым как бы приравнять себя к Богу. Интересна мысль Инны Чернышевой по этому поводу: «Думается, что А. Прасолов ушел из жизни без молитвы и без надежды на божественное спасение. Но финал земного бытия он не воспринимал как конец, о чем говорят многие его стихотворения, где речь идет о бессмертии души. И в этом, как ни странно, нет противоречия: идея о продолжении жизни в загробном мире хорошо известна в мифологии дохристианского периода» [6, 111]. Но согласиться с Чернышевой мы тоже не можем. Слишком мало доказательств того, что Прасолов был язычником. А бессмертие человеческой души, безусловно, является признаком не только религии дохристианского периода, а любой религии вообще.

Смеем предположить, что Прасолов был христианином, но не обычным, а, так сказать, «скрывающимся». Чтобы понять, как это возможно, вспомним, на чем зиждется православие. Во-первых, это аскетизм, во-вторых, на стяжании Духа Святого и, в-третьих, на непрестанной мысли о спасении. Имея в виду биографию поэта, его образ жизни, смеем заключить, что ни о каком аскетизме и стяжании Духа Святого речи быть не могло. Не таков по характеру и мировосприятию был Прасолов. Бунтарь, упрямец, горячий каждой молекулой своей души человек, он не мог вести образ жизни православного мужа. Но его внутренняя и искренняя вера в Бога не могла не проявиться. Отрицая православие, Прасолов как бы защищает себя от расплаты. Он как будто бы не хочет верить в то, что после его земной жизни, полной страданий, ему придется страдать еще больше, так как он прекрасно понимал, что дорога в рай для него закрыта.

Для доказательства своей правоты приведем примеры из разных стихотворений, где у Прасолова упоминаются христианские мотивы. Но сказать, что он их просто упоминает, было бы неправильно. Не может человек, далекий от веры, написать такие искренние и светлые строки:

И, вздрогнув сам, тогда он бросил взгляд,
Неистовый и исступленный,

На серые ряды бесчувственных солдат,
Стрелявших в спины и иконы. [10, 41]

Философия Прасолова стремится – на языке экзистенциализма – проникнуть в суть явления, выявить за поверхностью человеческой жизни фундаментальные условия человеческого бытия. А. Волдан выделяет общность человека с природой, а также его зависимость от ее импульсов, символический характер этой природы, примыкающую к нему трансцендентальность непосредственной данности и аналогию между природными процессами и человеческой историей [3, 568].

В центре внимания поэта — жизнь человека в космосе и общем бытии человечества, поиск им духовных опор. Автора волнуют проблемы трагического противоречия души и тела, парадоксального сочетания радости бытия и неизбежной смерти. А. Прасолов является продолжателем традиций русской классики в постижении тайны мироздания, роли человека в нем, его сущности.

Однако перед лицом этой интеллектуальной переработки природных явлений нельзя упускать из виду постоянную и безусловную обратную связь размышлений и конкретной природы в ее русском образе, что порождает диалектику описания и толкования, непосредственного и абстрактного. Лишь из этого активного противоречия возникает поэзия Прасолова как нечто «третье», по другую сторону от двух непоэтических, «эпических» рядов (изображение природы, философские мысли): в равновесии обоих этих полюсов, которое, как высочайшее требование к собственному творчеству, находит внешний эквивалент в гармонии формы. Таким образом, художественное самовыражение Прасолова по своему существу и по необходимости есть поэзия, ибо то, о чем здесь говорится, не может быть выражено никаким иным путем, как только этой напряженной взаимосвязью эпического описания и интеллектуального толкования.

Черты философской поэзии как таковой яснее обозначаются при ее сравнении с лирикой другой направленности. Она отличается от так называемой научной поэзии, которая не претендовала на воссоздание целостной картины мира, а являлась иллюстрацией научных достижений своего времени (например, эпохи М. В. Ломоносова).

Аналогия между процессами в природе и в человеческой жизни допустима лишь ограниченно, поскольку в природе друг другу противостоят вечные закономерности, а здесь индивидуальная история. В сфере человеческого времени не существует забвения, что ведет к глубинному измерению человеческой души по сравнению с широтой вечного повторения одного и того же в природе.

Динамически открытый характер мира и человека — существенная характеристика поэтического мира Алексея Прасолова. В диалектике имманент-

ного и трансцендентного в человеке в этом мире, уже предвосхищенной живыми элементами в природе, соединяются оба уровня — описания и философского размышления — в замкнутый и сложный поэтический мир. Эта система, наряду с элементами описания и толкования, охватывает также взаимосвязи обоих уровней и представляет, таким образом, нечто «третье», которое только и можно, по мнению Прасолова, назвать поэзией.

Эта взаимосвязь особенно ярко выражается в толковании человеческого местонахождения, а также в аналогии природного времени и человеческой истории, в которой также содержатся начала синтеза соответствующих антитез. Предвосхищая протекание человеческой жизни, человек через элементы природы вовлекается в ее вечный круговорот в качестве ее высшего элемента; размышляя над собственной историей, получающей импульсы именно от природы, он познает свою несхожесть с ней и невозможность сведения человека к природе, чье вечное повторение одного и того же можно рассматривать лишь в крайней аналогии с индивидуально прожитой жизнью.

А. Прасолов в письме к И. Ростовцевой писал: «Человек проживает в течение каждого дня законченную маленькую жизнь: утром рождается, в полдень созревает, вечером становится мудрым, ночью уходит в небытие — и все заново» [10, 355].

В душе перегорающая ночь
Приносит неразгаданное утро.
И ты иди. И не ищи в любви
Незыблемых гарантий и традиций.
Она вызывает: верь ей и живи,
Чтоб с каждым утром заново родиться [10, 355].

Для поэзии Прасолова характерна двухслойность переживания, в которой к описательному уровню, предполагающему тематическое подразделение, примыкает уровень обобщенного толкования.

О связи А. Прасолова с предшествующими ему поэтами-философами писал и Ю. Кузнецов: «Читая стихи Прасолова, вы невольно ощущаете, что он идет рядом с кем-то другим и смотрит на того, и в этом другом без труда узнаете Заболоцкого, но это не все, также вы догадываетесь, что и Заболоцкий идет с кем-то рядом и смотрит на того, и тот, на которого он смотрит, — Тютчев. Тютчев ни на кого не глядит. Он велик и довлеет себе. Так идут эти трое. Но тут, конечно, не хватает четвертого — Баратынского.

Этот идет где-то особняком, и если Прасолов и Заболоцкий зависят от него, а это так, то, значит, им порой приходится озирааться. Все они идут строем, развернутым во времени и называемом условно философской лирикой» [12, 132].

Таким образом, можно говорить о том, что свою идейно-поэтическую стратегию А. Прасолов вырабатывает, опираясь на творчество Е. Баратынского, Ф. Тютчева, Н. Заболоцкого и других авторов.

Поэзия А. Т. Прасолова представляет собой уникальное и недостаточно изученное явление в литературе второй половины XX века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акаткин В. М. В поисках утраченного солнца / В. М. Акаткин // Прасолов А. Т. На грани тьмы и света : [сб. стихов] / А. Т. Прасолов ; [сост. Р. В. Андреева-Прасолова — Воронеж : Центр духовного возрождения Черноземного края, 2005. — С. 3–14.
2. Акаткин В. М. Слово и время в пространстве поэзии / В. М. Акаткин. — Воронеж : ВГУ, 2003. — 288 с.
3. Волдан А. Алексей Прасолов — философская поэзия из провинции / А. Волдан // Прасолов А. Т. Я встретил ночь твою: роман в письмах. — М. : 2003. — С. 559–574.
4. Шайтанов И. Замысел судьбы / И. Шайтанов // Литературное обозрение. — 1979. — № 7. — С. 64.
5. Акаткин В. М. Дорога к небу / В. М. Акаткин // Воронежский курьер. — 1990. — 15 окт.
6. Чернышева И. С. Мироздание Алексея Прасолова : Научное издание / И. С. Чернышева. — Воронеж : 2007. — 208 с.
7. Спивак Р. С. Русская философская лирика. 1910-е годы. И. Бунин, А. Блок, В. Маяковский: учеб. Пособие / Р. С. Спивак. — М. : 2003. — 408 с.
8. Абрамов А. М. Земля и небо Алексея Прасолова / А. М. Абрамов // Прасолов А. Стихотворения. Поэмы. Повесть. Статьи. — Воронеж, 1984. — С. 353–374.
9. Прасолов А. Т. Избранное. Стихотворения. Поэмы. Проза. Дневники / А. Прасолов; — Воронеж : Литературно-художественное издание, 2010. — 432 с.
10. Прасолов А. Т. Я встретил ночь твою: роман в письмах / Сост., предисловие и примечания И. И. Ростовцевой. — М. : 2003. — 591 с.
11. Разводова О. Строгая душа / О. Разводова // Подъем. — 1999. — № 1. — С. 203–214.
12. Кузнецов Ю. Подвиг поэта / Ю. Кузнецов // Подъем. — 1986. — № 10. — С. 132–134.

Воронежский государственный университет
Коденцева С. С., аспирант кафедры русской литературы
XX–XXI веков, теории литературы и фольклора
E-mail: sofya.kodentseva@mail.ru

Voronezh State University
Kodentseva S. S., Post-graduate Student of the Russian
Literature of the XX–XXI Centuries, Theory of Literature and Folklore
Department
E-mail: sofya.kodentseva@mail.ru

ЛЕКСЕМЫ С ОЦЕНОЧНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ В ТЕКСТЕ ЛИТЕРАТУРНОЙ СКАЗКИ

Л. М. Кольцова, С. Е. Токмакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 марта 2014 г.

Аннотация: статья посвящена репрезентации лексем с оценочным значением в тексте русской литературной сказки XVIII–XXI вв. Авторы, используя данные словарей разных периодов, описывают исторические изменения, произошедшие в группе общеоценочных единиц, выявляя динамику языковой оценки в детской литературе. Дифференцируя аксиологическую константу и переменную в структуре слова с общим оценочным значением, авторы предлагают свою классификацию лексем с общеоценочным значением.

Ключевые слова: оценочное значение, общая оценка, аксиологическая константа, аксиологическая переменная, литературная сказка.

Abstract: this article is devoted to studying of lexical elements with evaluative meaning in the text of russian literary fairy tale of XVIII–XXIth centuries. The authors, using data of dictionaries of different periods, describes the historical changes in the group of general evaluative elements, confirming the dynamics of language evaluation in juvenile literature. Emphasizing the axiological constant and variable in the structure of the word with general evaluative meaning, the authors offer his own classification of lexical elements with general evaluative meaning.

Key words: evaluative meaning, general evaluation, axiological constant, axiological variable, literary fairy tale.

При помощи языковых средств человек способен показывать ценности собственного «я» для окружающих и воспринимать аксиологическую картину другого. И. И. Докучаев считает, что «формирование ценностей есть формирование субъективности, оно происходит как длительное накопление опыта, уникальность этого опыта и есть основа ценностных ориентаций» [1, 226]. Невозможно представить себе языковую деятельность вне человеческого общества, следовательно, – вне имеющейся аксиологической системы, набора норм и предписаний, которые формируются во многом благодаря художественным произведениям, в том числе и литературной сказке. Именно поэтому в последнее время в научных работах проявляется повышенный интерес к понятиям ценности и оценки, а также способам их репрезентации в языке (Н. Д. Арутюнова, Чернявская Е. А., Смирнова Л. Г., Маркелова Т. В., Вольф Е. М., Ваулина С. С., Бельская Е. В.). Важно рассмотреть, как литературная сказка помогает ребенку в формировании собственной аксиологической картины мира. Ребенку задаётся ценностный вектор в процессе воспитания, в ходе приобщения маленького человека к миру окружающих, а также – через наследственность. Следовательно, книга в детском мире играет важную роль. При этом следует учитывать, что в ценностную картину мира включаются не все су-

ществующие в реальной действительности предметы, явления и события, так как не все из них представляют интерес для человека. Лексема «хороший», являющаяся сейчас основной в группе общеоценочных единиц, не всегда была главной в указанной группе.

В период XVII–XVIII вв. коренные изменения наблюдаются в лексико-семантической группе общей оценки: прилагательное добрый, занимающее первенство, сузило сферу своего функционирования до выражения этической оценки, свободное место быстро и прочно заняло прилагательное хороший, ставшее основным для выражения общей оценки. Об этом свидетельствуют данные толковых словарей.

В Академическом Словаре 1794 года предлагается следующее значение лексемы «хороший» [2, 574]:

Относительно к животным и к прочим произведениям природы, и к вещам искусством сделанным значит: отменный, превосходный в своем роде. Хороший конь. Хорошая корова. <...> Нарядится в хорошее платье.

Относительно к человеку значит: благонравный, честный, добродетельный. Человек хороший. Знать с хорошими людьми. Он имеет хорошую душу.

Исправный в своей должности, знающий, искусный. Хороший хозяин. Хороший воин. Хороший музыкант. Хороший бытописатель, стихотворец.

Пригожий, красивый, видный. Хорошее лице. *Хорошая девица, женщина.*

В Толковом словаре В. И. Даля (1866) дается следующее значение лексемы «хороший»:

Хороший и хоровитый (от краса, краше, кораше?), лепый, красный, прекрасный, красивый, красовитый, басистый, баской, видный, взрачный, казистый, приглядный пригожий, статный, нравный на вид, по наружности; || добрый или путный, ладный, способный, добротный, дорогой, ценный по внутренним качествам, полезным свойствам, достоинству [3, 513].

В МАС [4, 620–621] в ряду значений общеоценочной лексемы «хороший» выявляются новые ЛСВ, которые не только передают эстетическую, этическую, утилитарную оценку, но и, например, интенсивность признака предмета, ироничность высказывания, количественную характеристику. Данные изменения в значении слова находят свое отражение в текстах литературной сказки.

Например, в сказке О. Форш «Хитрые звери» встречается ЛСВ значения лексемы хороший, передающий отрицательное значение:

Дурень, дурень, нашел что сказать – смеется лиса. – Ходишь грязный, косматый, без галстука; жрешь что встретится, – хорош генерал!

Таким образом, анализируя словарные статьи лексемы «хороший», составленные в разные периоды времени, можно сделать вывод о том, что с течением времени происходит расширение значения данного слова. Литературная сказка, как произведение своего времени, отражает и показывает все исторические преобразование, происходящие со словом хороший и его семантическими вариантами, представляющими группу «Общая оценка». Анализируя тексты литературной сказки, можно выделить в значении слова с общей оценкой аксиологическую константу (ЛСЗ, широко используемое во всех текстах литературной сказки на протяжении всего времени существования, в основном – эстетическая и этическая оценка) и переменную (ЛСЗ, отмечаемое в тот или иной исторический промежуток времени и имеющее более «узкое» использование).

В диахроническом аспекте не все общеоценочные единицы были таковыми изначально. Т. А. Чернякова выделяет несколько этапов процесса формирования оценочного значения у слова [5, 74]:

Начальный этап – на данном этапе происходит на основе дескриптивного признака формирование и развитие оценочных коннотативных сем. Дескриптивный компонент – первичный в значении слова, оценочный – вторичный.

Следующий этап – на данном этапе появляется изменение характера и соотношения дескриптивных и оценочных сем в значении слова: оценочная сема становится ядерной, а дескриптивный компонент начинает обозначать основание оценки. Данные

изменения происходят в результате постоянной актуализации оценочной коннотативной семы.

Заключительный этап – на данном этапе происходит стирание критериев появления аксиологических смыслов из-за ослабления или утраты связи оценочного значения с исходным дескриптивным. Происходит развитие общеоценочного значения.

Общая оценка, как и частная, отражает ценностное отношение между человеком и окружающим его миром. Набор свойств, которые «вбирает в себя» общая оценка, является довольно неопределенным не только в количественном, но и в качественном отношении. Следовательно, в качестве объекта оценки могут выступать различные предметы, качества, события, объединенные в дифференцированные группы.

Наиболее разнообразной в литературной сказке является группа Человек (в связи с тем, что особенностью сказки является персонафицированность животного мира, сюда будут относиться и «очеловеченные» объекты оценок некоторых очеловеченных животных):

1. Внешняя характеристика:

Я слуга одного молодого короля, который хорош, как день, могуч, как горный орел, и богат, как три царя Холода, вместе взятые. (Чарская. Сказки голубой феи)

2. Поведенческая характеристика:

В то утро Оля вела себя из рук вон плохо. (Губарев. Королевство кривых зеркал)

3. Физическая характеристика:

Здорово ты, оказывается, прыгаешь! (Сутеев. Палочка-выручалочка)

4. Характеристика деятельности:

Она очень старалась написать хорошо. (Токмакова. Аля, Кляксич и буква)

5. Психическая характеристика

У нее было чудесное настроение. (Прокофьева. Ученик волшебника)

6. Ментальная характеристика:

Вот как я превосходно придумала, – думала она про себя. (Гаршин. Лягушка-путешественница)

7. Межличностная характеристика:

Жаворонок огорчился: такие хорошие, ласковые соседи улетели! (Бианки. Оранжевое горлышко)

Группа Предмет (в данной группе объектом общеоценочной лексики являются предметы, созданные человеком или персонафицированными животными):

1. Характеристика постройки и его компонентов:

Очень милое гнездышко (Бианки. Оранжевое горлышко)

2. Характеристика предметов быта:

Есть замечательные старинные часы. (Благинина. Чудесные часы)

3. Характеристика личных вещей человека:

Ах, как я страдаю! И хоть бы бальный башмачок, а то такой отвратительный, грубый башмак! (Олеша. Три толстяка)

Группа Природа:

1. Характеристика растений:

А листок был плохой: жёлтый, сухой. (Бианки. Приключения муравьишки)

2. Характеристика погоды:

Погода была хорошая. (Э. Успенский. Иван-царский сын и серый волк)

Пространственно-временная группа:

1. Временная характеристика:

Ужасное время! (Олеша. Три толстяка)

В данном примере время рассматривается как социальная дефиниция, очерченная всеми проблемами своей современности.

2. Пространственная характеристика:

Всё, что он видел под собой, казалось ему необыкновенно замечательным, красивым и милым. Ещё бы: ведь это была его родина, и он долго, очень долго её не видел! (Бианки. Оранжевое горлышко)

Для жанра русской литературной сказки характерно отражение «первобытного» видения мира, в котором пространство имело большое значение и наделялось эмоционально значимой характеристикой.

Таким образом, общая оценка «хороший/плохой» и наречный эквивалент «хорошо/плохо» в русских литературных сказках представлены дифференцированными лексическими единицами. В связи с этим С. Обнорский отмечает, что «в обороте «безыскусственной», живой народной речи, очевидно, не было и нет слова хороший; недаром здесь мы встречаемся с рядом иных его лексических эквивалентов – со словами ладный, добрый, красный, баской и мн. др.» [3, 250]. Литературная сказка, как ближайшая род-

ственница народной, которая является «зеркалом» народного языка, отображает все соответствующие «лексические эквиваленты» лексемы «хороший», пышно бытовавшие в повседневной речи людей. Эмоциональная сфера литературной сказки расширяется не только за счет использования дифференцированных лексем, выражающих общую оценку, но и за счет увеличения ЛСВ оценочных единиц. Исследование этой сферы лексического состава литературной сказки несомненно способствует пониманию того, что в наибольшей степени влияет на формирование, становление и развитие сложного современного человека во все более усложняющемся мире, где мечта поэта «только детские книги читать, только детские думы лелеять» становится все более недостижимой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Докучаев И. И. Ценность и экзистенция. Основоположения исторической аксиологии культуры / И. И. Докучаев. – СПб.: Наука, Серия Слово о сущем. – 2009. – 595 с.
2. Словарь Академии Российской: В 6 т. – СПб.: Императорская Академия Наук, 1794. – Т. 6. – 600 с.
3. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. / В. И. Даль. – СПб., 1866. – Т. 4. – 625 с.
4. Словарь русского языка: В 4-х т. / Евгеньев-А. П. (ред.). — 3-е изд. стереотип. – М.: Русский язык, 1988. – Т. 4. – 800 с.
5. Чернякова Т. А. Закономерности формирования и развития оценочного значения (на материале имен прилагательных) / Т. А. Чернякова // Имя и глагол в исторической перспективе: Науч. тр. – Т. 558: Славянская филология. – Рига, 1991. – С. 72–81.
6. Обнорский С. Прилагательное хороший и его производные в русском языке / С. Обнорский // Язык и литература. – Л., 1929. – Т. 3. – С. 241–257.

Воронежский государственный университет

Кольцова Л. М., доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка

E-mail: kolzowa@mail.ru

Токмакова С. Е., аспирант кафедры русского языка

E-mail: mihtok@mail.ru

Voronezh State University

Koltsova L. M., Doctor of Philology, Professor, Head of the Russian Language Department

E-mail: kolzowa@mail.ru

Tokmakova S. E., Post-graduate Student of the Russian Language Department

E-mail: mihtok@mail.ru

К ВОПРОСУ О КОММУНИКАТИВНОЙ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ОСНОВНОГО ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА

Л. А. Кривенко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 февраля 2014 г.

Аннотация: целью данного исследования является определение коммуникативной значимости основного и производных значений слова. Исследование проводилось на материале наиболее частотных субстантивных лексем русского и английского языков.

Ключевые слова: коммуникативная релевантность, коммуникативная востребованность, индекс коммуникативной релевантности семем.

Abstract: the aim of this study is to estimate the communicative importance of the main meaning of the word and its derived meanings. The study is based on the most frequently used Russian and English substantive lexemes.

Key words: communicative relevance, communicative importance, index of communicative relevance of sememes.

Как отмечают М. М. Копыленко и З. Д. Попова, основным значением лексемы является семема Д1 [1]. Достаточно прогнозируемо, что коммуникативная востребованность таких семем в большинстве случаев превышает данный параметр для других семем. Для того чтобы определить, всегда ли именно семема Д1 является в лексеме наиболее коммуникативно значимой, мы исследовали 100 наиболее частотных субстантивных лексем русского языка и 100 наиболее частотных субстантивных лексем английского языка (по данным Частотного словаря С. А. Шарова [2] и списка частотных существительных Британского Национального корпуса [3]).

Частотность семем исследованных лексем определялась следующим образом: из Национального корпуса русского языка [4] и Британского Национального корпуса для каждой лексемы было отобрано по 1000 примеров употребления слова, каждый из примеров был соотнесен с конкретной семемой, входящей в соответствующую семантему. Перечень семем в семантеме определялся на основе словарных статей в наиболее авторитетных лексикографических источниках.

Для объективной характеристики частотности употребления того или иного значения лексемы мы использовали индекс коммуникативной релевантности семемы, вычисляемый как отношение количества зафиксированных употреблений данной семемы к общему количеству исследованных употреблений лексемы [5, 50].

В ходе исследования было установлено, что у 75 русских лексем (*человек, время, рука, дело, глаз, голова, друг, дом, слово, место, нога, дверь, работа,*

земля, конец, час, голос, город, вода, стол, ребенок, отец, женщина, ночь, вид, вопрос, война, деньги, минута, жена, страна, мать, дорога, окно, комната, часть, книга, улица, душа, утро, вечер, народ, плечо, бог, палец, история, мысль, сон, лес, разговор, стена, право, старик, мама, месяц, спина, мальчик, небо, смерть, девушка, воздух, брат, квартира, любовь, солдат, хозяин, начальник, школа, парень, кровь, солнце, ребята, мужчина, нос, внимание) семема Д1 имеет наибольший индекс коммуникативной релевантности по сравнению с остальными семемами семантемы.

Так, в состав семантемы лексемы *друг* входит семема Д1п «человек, связанный с кем-либо отношениями дружбы» (Бенедикт, к тебе приезжал русский *друг* из Москвы, а на каком языке ты с ним общался?) с индексом коммуникативной релевантности, равным 96,1%, две семемы К1п: «наименование лица, к которому обращаются с речью» (*Друзья мои, я вас прошу о мужестве...*) с индексом коммуникативной релевантности 3,8% и «тот, кто способствует успешной деятельности» (Ведь дизайнеры и кутюрье – лучшие *друзья* модели) с индексом коммуникативной релевантности 0,1%, а также семема К1п «сторонник кого-либо, защитник чьих-либо интересов, взглядов» (*друг* детей), которая по результатам нашего исследования оказалась коммуникативно нерелевантной (ее индекс коммуникативной релевантности равен 0). Таким образом, можно констатировать, что основное значение Д1п данной лексемы намного более востребовано в русском языке, чем значения производные, поскольку показатель индекса коммуникативной релевантности семемы Д1п в десятки раз превышает данный параметр производных семем.

Что касается английских лексем, то 86 из них (*time, year, man, day, thing, child, government, work, woman, part, group, number, world, house, area, company, problem, service, place, hand, party, school, country, week, member, end, word, family, fact, month, night, eye, home, question, information, power, change, per cent, interest, development, money, book, water, room, level, car, council, policy, market, court, effect, result, idea, use, study, name, body, report, law, friend, road, minister, hour, door, office, war, mother, person, reason, period, centre, society, figure, police, city, need, million, community, kind, price, council, process, action, cost, position, course*) демонстрируют коммуникативное превалирование семем Д1, то есть основное значение в их семантемах сохраняет позиции главного и наиболее коммуникативно востребованного.

Например, в состав семантемы лексемы *year* входит семема Д1п «год, промежуток времени, содержащий двенадцать календарных месяцев с 1 января до 31 декабря» (*It calculates that the Government has underfunded the incentive allowances scheme by some £12m a year...*) с индексом коммуникативной релевантности, равным 52,5%, три семемы К1п: «возраст, годы» (*He was 68 years old*) с индексом коммуникативной релевантности 23%, «период в 12 месяцев, отсчитываемый от какой-то даты» (*The stock market's Hang Seng Index doubled within a year of the agreement*) с индексом коммуникативной релевантности 13,6%, «длительный период времени» (*The city was devastated and took years to recover*) с индексом коммуникативной релевантности 10,9%, а также коммуникативно нерелевантная по нашим данным семема К1п «период в 12 месяцев, связанный с каким-либо событием», о чем свидетельствует индекс коммуникативной релевантности, равный 0. Как видим, семема Д1п в данной семантеме является наиболее коммуникативно значимой.

Коммуникативное превалирование семем Д2 было выявлено у четырех русских лексем: начало, товарищ, система, капитан. Так, у лексемы *товарищ* индекс коммуникативной релевантности семемы Д2 «наименование равного по статусу члена социалистического общества» (Спросим, по всей строгости спросим, *товарищ* Иванов!) равен 31,9%, что в 1,3 раза превышает соответствующий индекс семемы Д1п «человек, связанный с кем-либо узами дружбы» (Однажды нам с *товарищем* пришла в голову идея совершить кругосветное путешествие на автомобиле по бездорожью...) с индексом коммуникативной релевантности 24,9%.

Превалирующая коммуникативная востребованность семем К1 была отмечена у 21 русской лексемы: год, жизнь, день, лицо, сторона, сила, машина, случай, ряд, правда, взгляд, имя, тело, путь, язык, сердце, образ, письмо, власть, неделя, шаг. Так, семантема лексемы *день* содержит семему К1п «сутки, промежуток в 24 часа» (Она фотографируется постоянно, везде просто, я те говорю, она делает это целыми днями), индекс коммуникативной релевантности которой – 53,7% в полтора раза превышает соответствующий индекс семемы Д1п «часть суток от восхода до заката солнца, от утра до вечера» (Темнота здесь стояла особая, такая, какая бывает в яркий, солнечный день в забитой даче), составляющий 35,8%.

В ходе исследования установлено, что в 14 из рассмотренных наиболее частотных субстантивных английских лексем (*people, way, life, system, business, form, job, face, authority, rate, view, term, issue, minute*) наиболее коммуникативно релевантными оказались семемы К1. Например, семема К1п лексемы *system* «общественный строй, форма общественного устройства» (*If we cannot beat the system, how can we get it to work for us?*) имеет индекс коммуникативной релевантности, равный 69,7%, семема же Д1п данной лексемы «система, определенный порядок в расположении и связи действий» (*Another example of a library with a particularly well-designed functional sign system is the Van Pelt Library*) характеризуется показателем индекса коммуникативной релевантности 22,4%. Таким образом, коммуникативная релевантность коннотативного производного значения в 3,1 раза превышает коммуникативную релевантность основного значения Д1.

Проведенное исследование показало, что основное значение лексем может терять свою доминирующую коммуникативную востребованность, уступив ее производному коннотативному значению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Копыленко М. М. Очерки по общей фразеологии / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. – Воронеж, 1989.
2. Частотный словарь С. А. Шарова – Режим доступа: www.artint.ru/projects/frqlist.asp.
3. Британский национальный корпус – Режим доступа: <http://www.natcorp.ox.ac.uk>
4. Национальный корпус русского языка – Режим доступа: <http://www.ruscorpora.ru>.
5. Баранова (Кривенко) Л. А. Опыт выявления частотности семем / Л. А. Баранова (Кривенко) // Культура речи и ее формирование. Воронеж, 2009. С. 50–52.

Воронежский государственный университет
Кривенко Л. А., кандидат филологических наук, преподаватель кафедры английского языка естественно-научных факультетов
E-mail: lyudmilaab@mail.ru

Voronezh State University
Krivenko L. A., Candidate of Philology, Lecturer of the English for Humanities Department
E-mail: lyudmilaab@mail.ru

ИНТЕГРИРОВАННОЕ СЕМАНТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ЛЕКСИКИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ПРИВЯЗАННОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСЕМЫ «ВЛЮБИТЬСЯ»)

С. Г. Любова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 3 февраля 2014 г.

Аннотация: целью данного исследования является интегрированное описание лексики эмоциональной привязанности, объединяющее лексикографическое, коммуникативное и психолингвистическое значения. Такое описание отличается неповторяющимся набором семантических компонентов, позволяющим на семном уровне дифференцировать все исследуемые лексические единицы.

Ключевые слова: семантика, системное описание, лексикографическое значение, коммуникативное значение, психолингвистическое значение, интегрированное значение.

Abstract: the aim of this study is an integrated description of lexical units of emotional attachment, uniting lexicographical, communicative and psycholinguistic meanings. This description contains a set of semantic components allowing to differentiate all lexical units.

Key words: semantics, system description, lexicographical meaning, communicative meaning, psycholinguistic meaning, integrated meaning.

Интегрированное семантическое описание лексики эмоциональной привязанности представляет собой обобщение результатов описания ее значений на трех уровнях – лексикографическом, коммуникативном и психолингвистическом – и формулирование семных дефиниций выявленных значений. Подобные методы семантического описания позволяют дать системное, комплексное описание единиц, получить коммуникативно релевантные и психологически реальные значения лексем, входящих в поле «эмоциональная привязанность».

При интегрированном описании семантики лексических единиц эмоциональной привязанности использовался следующий алгоритм:

1. Учет **лексикографических значений**, т. е. зафиксированных и обобщенных лексикографических значений в объеме всех ядерных сем, отраженных в словарях.

Учет **коммуникативных значений**, т. е. всех актуализованных в контекстах значений, как отраженных, так и не отраженных в имеющихся толковых словарях русского языка, в семном составе, включающем актуализированные ядерные и периферийные семы.

Учет **психолингвистических значений**, т. е. значений в семном составе, сформулированном по результатам ассоциативных экспериментов; ложные значения не включаются.

Формулирование **интегрированного значения**, т. е. значения, которое включает обобщенные фор-

мулировки всех сем данного значения, полученных лексикографическим, коммуникативным и психолингвистическим анализом, включая актуализованные периферийные семы.

Приведем пример интегрированного описания семантики лексемы «влюбиться», которое состоит из трех частей – ядра, ближней / дальней и крайней периферии, которые выделяются в дефиниции с красной строки. При этом использовался метод когнитивной верификации, представляющий собой рефлексию, логическое размышление исследователя над каждой отдельной выделенной тем или иным методом семой – действительно ли данная сема может быть приписана данному значению и каков ее статус в семеме.

Интегрированное описание значения делится на *содержательную часть* – собственно семные дефиниции с примерами употребления – и *конкретизирующую часть*, в которой приводятся полные данные по индексу яркости каждой семы и ее статусе в семеме, полученные разными методами.

Влюбиться

Словарная статья интегрального толкового словаря

(6 словарей, эксперимент– 200 ии, текст -300 контекстов)

1. Испытать сильное, страстное чувство любви, чувственное влечение к лицу мужского или женского пола.

С первого взгляда, искренне, глубоко, быстро, характерно для молодости, весной, выбрав ее/его из всех других, предполагает ухаживание с цветами,

заботу, постоянные мысли о ком-либо, зависимость от кого-либо, вызывает радостные эмоции, вдохновляет на что-либо.

Без серьезных намерений, впоследствии приведет к разочарованию, на короткий срок, в очередной раз, приносит счастье, вызывает волнение, с намерением вступить в брак.

Первый раз в жизни ему до смерти захотелось влюбиться, как в молодости, вот просто взять и влюбиться, именно в эту, с ее нежной кожей, коротким ежиком волос, гладким и соблазнительным телом. [Татьяна Устинова. Подруга особого назначения (2003)]

2. Заинтересоваться чем-либо, испытав влечение.

Сильное.

-

Может нормальный человек влюбиться в мороженую котлету в супермаркете? [Сергей Болмат. Сами по себе (1999)]

3. Испытать сильное, страстное чувство любви к чему-либо.

Искреннее, глубокое, вдохновляет на что-либо, на короткий срок.

Приносит радость, счастье, впоследствии приведет к разочарованию.

И что мало кому не случилось хоть ненадолго влюбиться в Голландию по американской книжке «Серебряные коньки»... [С. Гедройц. Александр Кушнер. Кустарник. Вернер Схелтъенс Библиография нидерландской литературы на русском языке. Майлз на Гапалинь (Бриан О'Нуаллан). Поющие Лазаря, или На редкость бедные люди: Скверный рассказ о дурных временах // «Звезда», 2003]

Описание сем в конкретных значениях позволяет вычислить такой количественный показатель семы, как индекс ее яркости. *Индекс яркости семы (ИЯ)* вычисляется как отношение количества фиксаций данной семы в словарных толкованиях к числу использованных словарей (6 словарей), в ассоци-

ативном эксперименте – к общему числу ассоциативных реакций (200 реакций), в коммуникативном описании значения – к общему числу проанализированных контекстов (300 контекстов). См. таблицы.

Индексы яркости, которые показывают относительную яркость каждой семы в значении, позволяют оценить ее дифференциальную силу в структуре значения. Например: влюбиться – с первого взгляда: когнитивная верификация показывает, что этот признак присущ денотату значения не всегда, но индекс яркости 0,05 – заметный, но небольшой, что свидетельствует о неядерности, периферийности данной семы и ее невысокой дифференциальной силе; без серьезных намерений 0,01, с намерениями вступить в брак 0,01 – индексы яркости показывают, что семантический признак *намерения* перифериен в структуре значения и т. д.

Сема *сильное* есть во всех трех значениях, но ее яркость различается, а в значении № 2 она не подтверждается экспериментом, что позволяет ранжировать эту сему по яркости в трех значениях: значение 1 – 0,88, значение 2 – 0,02, значение 3 – 0,10. Таким образом, сила выражаемого чувства привязанности максимальна в первом, слабее в третьем и минимальна во втором значении.

Таким образом, интегрированное описание позволяет:

сопоставить и согласовать результаты описания значения разными методами;

выявить источники, в которых преимущественно актуализируется та или иная сема;

разграничить ядро и периферию в семантике слова (учитывается представленность семы в результатах исследования всеми методами, величина индекса яркости семы в соответствующих результатах и когнитивная верификация);

установить относительную яркость каждой семы в значении и на этом основании оценить ее дифференциальную силу в структуре значения;

представить каждое значение неповторяющимся набором семантических компонентов, позволяющим на семном уровне дифференцировать исследуемые лексические единицы.

ВЛЮБИТЬСЯ (1 ЗНАЧЕНИЕ)

Семы	Словари 6 ИЯ	Эксперимент 200 ИЯ	Текст 300 ИЯ
ЯДРО			
испытать	1,00	0,01	0,88
сильное	0,33	0,16	0,88
страстное	0,33	0,16	0,88
чувство	1,00	0,01	0,88
любви	1,00	0,14	0,30

чувственное	0,17	0	0
влечение	0,50	0	0
к лицу мужского	0	0	0,29
к лицу женского пола	0	0	0,26
БЛИЖНЯЯ И ДАЛЬНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ			
с первого взгляда	0	0,05	0,03
искренне	0	0,01	0
глубоко	0	0,01	0
быстро	0	0,01	0
характерно в молодости	0	0,02	0
весной	0	0,01	0
выбрав ее/его из всех других	0	0,01	0
предполагает ухаживание с цветами	0	0,01	0
предполагает заботу	0	0,01	0
предполагает постоянные мысли о ком-либо	0	0,01	0
предполагает зависимость от кого- либо	0	0,01	0
вызывает радостные эмоции	0	0,01	0
вдохновляет на что-либо	0	0,01	0
КРАЙНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ			
без серьезных намерений	0	0,01	0
впоследствии приведет к разочарованию	0	0,01	0
на короткий срок	0	0,01	0
в очередной раз	0	0,02	0
приносит счастье	0	0,02	0
вызывает волнение	0	0,01	0
с намерением вступить в брак	0	0,01	0

ВЛЮБИТЬСЯ (2 ЗНАЧЕНИЕ)

Семы	Словари 6 ия	Эксперимент 200 ия	Текст 300 ия
ЯДРО			
заинтересоваться	1	0,005	0,02
чем-либо	1	0,01	0,02
испытывать	0,66	0	0,02
влечение	0,66	0,08	0,04
БЛИЖНЯЯ И ДАЛЬНЯЯ ПЕРИФЕРИИ			
сильное	0,33	0	0,02
КРАЙНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ			
-			

ВЛЮБИТЬСЯ (3 ЗНАЧЕНИЕ)

Семы	Словари 6 ия	Эксперимент 200 ия	Текст 300 ия
ядро			
испытать	0,50	0,005	0,10
сильное	0,33	0,06	0,10
страстное	0,33	0,005	0,10
чувство	0,50	0,02	0,10
любви	0,50	0,04	0,10
к чему-либо (к какому-либо городу, искусству)	0,58	0	0,08
БЛИЖНЯЯ И ДАЛЬНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ			
искреннее	0	0,05	0
на короткий срок	0	0,01	0
глубокое	0	0,01	0
вдохновляет на что-либо	0	0,01	0
Крайняя периферия			
приносит радость	0	0,04	0
приносит счастье	0	0,02	0
впоследствии приведет к разочарованию	0	0,01	0

Воронежский государственный университет
Любова С. Г., аспирант кафедры общего языкознания
и стилистики
E-mail: svetlana_lyubova_2305@mail.ru

Voronezh State University
Lyubova S. G., Post-graduate Student of the General
Linguistics and Stylistics Department
E-mail: svetlana_lyubova_2305@mail.ru

НЕЗАФИКСИРОВАННЫЕ В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКАХ СЕМЕМЫ НАИБОЛЕЕ ЧАСТОТНЫХ АНГЛИЙСКИХ ГЛАГОЛЬНЫХ ЛЕКСЕМ

Н. И. Малыхина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 февраля 2014 г.

Аннотация: статья посвящена рассмотрению выявления незафиксированных в лексикографических источниках семем наиболее частотных английских глагольных лексем. Автор использует систему формализованных параметров, позволяющих сделать вывод об особенностях частотности незафиксированных значений в семантемах рассмотренных глаголов.

Ключевые слова: незафиксированная семема, формализованный параметр, индекс, коммуникативная релевантность, лексическая полисемия, лексико-грамматическая полисемия, лексико-грамматическая вариантность.

Abstract: the article is devoted to revealing unrecorded in lexicographic sources sememes of most frequent English verbal lexemes. The author uses a system of formalized parameters which allows to determine the peculiarities of frequency of unrecorded in lexicographic sources sememes in the semanthemes of the verbs under investigation.

Key words: unrecorded sememe, formalized parameter, index, communicative relevance, lexical polysemy, lexico-grammatical polysemy, lexico-grammatical variancy.

В статье рассматривается проблема выявления незафиксированных в лексикографических источниках семем 200 наиболее частотных английских глагольных лексем по данным списка частотности Британского Национального Корпуса [5].

В ходе проведенного исследования с помощью введенного Л.А. Барановой (Кривенко) индекса коммуникативной релевантности семемы, под которым понимается отношение количества зафиксированных употреблений семемы к общему количеству исследованных употреблений лексемы [1, 50-52], была определена частотность семем исследованных лексем¹.

В результате изучения коммуникативной релевантности семем наиболее частотных глагольных лексем английского языка у 50 из 200 изученных глагольных лексем (*refer, pull, hit, understand, say, accept, produce, read, receive, spend, consider, come, improve, provide, turn, run, open, operate, regard, break, use, affect, love, suffer, move, believe, hear, fall, wish, identify, smile, save, support, pay, study, design, help, enter, play, increase, let, fight, drop, plan, buy, start, listen, define, force, build*) были выявлены не зафиксированные в существующих словарях значения.

Как было установлено, такого рода значения являются результатом развития не только лексической, но и лексико-грамматической полисемии в обо-

их ее видах: собственно лексико-грамматической полисемии и лексико-грамматической вариантности. «В случае лексико-грамматической вариантности одному набору лексических сем соответствуют две (а может быть и больше) лексико-грамматические семы... При лексико-грамматической же полисемии слова каждому новому набору лексических сем соответствует отдельная лексико-грамматическая сема [3, 25-26].

Развитие лексической полисемии было отмечено в общей сложности у 18 лексем: *refer, pull, hit, understand, say, accept, produce, read, receive, spend, consider, come, improve, provide, turn, run, open, operate*. Отметим, что в семантемах двух лексем: *pull* и *refer* отмечено по две незафиксированные глагольные семемы. В качестве примера развития лексической полисемии приведем лексему *refer*, в семантеме которой, в добавление к зафиксированным в словарях 8 семемам, выявлены незафиксированные ранее семемы K1²v³ – «обращаться к кому-л.» (*Referring to a comrade of her son's, she wrote: 'This boy and mine were together all through the African war and only separated when they were preparing for France*) и «называться, обозначаться» (*In Wales, Caerphilly was referred to as 'new cheese', as it could be ready for sale within ten days of making*). Индексы коммуникативной релевантности рассматриваемых семем составляют 7,6% и 6% соответственно.

² Используется терминология семем М. М. Копыленко, З. Д. Поповой [2, 31-32].

³ Обозначается частеречная отнесенность семемы.

¹ Нами было проанализировано по тысяче примеров употребления каждой лексемы из Британского Национального Корпуса [4].

Развитие собственно лексико-грамматической полисемии отмечено нами в семантемах двух лексем: **support** и **hear**. Так, например, помимо зафиксированных в словарях четырех семем в семантеме лексемы **support**, выявлена адъективная семема K1a «вспомогательный (персонал)» (*In 1993 Nissan's factory at Washington, Tyne and Wear, will produce the same number of cars with a total workforce, including white-collar, managerial and support staff of 3,800*). Индекс коммуникативной релевантности данной семемы равен 1%.

Не отмеченные словарями лексико-грамматические варианты в ходе исследования были выявлены у 34 лексем. При этом в семантемах четырех (**design, regard, pull, break**) из них обнаружены незафиксированные глагольные лексико-грамматические варианты, в семантемах 14 лексем (**use, affect, love, spend, suffer, move, believe, hear, fall, wish, identify, smile, save, enter**) – незафиксированные субстантивные лексико-грамматические варианты, а в семантемах 20 лексем (**love, pay, design, study, help, play, increase, let, fight, drop, plan, wish, buy, start, listen, define, force, identify, build, support**) – незафиксированные адъективные лексико-грамматические варианты.

В качестве примера незафиксированного субстантивного варианта приведем лексему **use**. В семантеме данной лексемы у зафиксированной в словарях глагольной семемы K1v *amer. сл.* «употреблять наркотики, быть наркоманом» (*Often the continuing desire to use drugs is only marginally tempered by the impact of the heavy cost of drugs and regular brushes with the law*) нами выявлен субстантивный лексико-грамматический вариант «употребление наркотиков» (*This study primarily related to the use of alcohol and illicit drugs*). Индекс коммуникативной релевантности субстантивного лексико-грамматического варианта рассматриваемой семемы составляет 1,7%.

Вполне резонно предположить, что большинство из выявленных нами семем и лексико-грамматических вариантов семем являются окказиональными или авторскими употреблениями и не могут с уверенностью быть включены в соответствующие семантемы. Представляется однако, что используемый нами индекс коммуникативной релевантности может служить достаточно объективным критерием для определения статуса той или иной семемы в семантеме. Можно предположить, что если выявленная незафиксированная в существующих лексикографических источниках семема или лексико-грамматический вариант семемы имеет значение индекса коммуникативной релевантности равное

1% или больше, то такая семема или лексико-грамматический вариант могут считаться узусными. Семемы, имеющие значения индекса коммуникативной релевантности в пределах от 0,5% до 1%, предлагается рассматривать в качестве формирующихся, при показателях индекса коммуникативной релевантности от 0,1% до 0,5% соответствующие семемы или лексико-грамматические варианты семем целесообразно считать окказиональными.

По результатам нашего исследования в общей сложности выявлено шесть незафиксированных узусных семем, шесть узусных лексико-грамматических вариантов, две формирующиеся семемы и три формирующихся лексико-грамматических варианта. 14 семем и 33 лексико-грамматических варианта, отмеченных в нашей выборке, признаны нами окказиональными.

Отметим, что в общей сложности новые узусные семемы выявлены нами у пяти глагольных лексем: **refer, hit, understand, say, support**.

Субстантивные лексико-грамматические варианты, которые можно считать узусными, обнаружены в семантемах двух лексем: **use** и **affect**.

В семантемах еще четырех лексем (**love, pay, build, design**) выявлены незафиксированные адъективные лексико-грамматические варианты, которые также можно признать узусными. Остальные выявленные нами семемы и лексико-грамматические варианты являются формирующимися или окказиональными.

Таким образом, выявленные нами незафиксированные в существующих словарях семемы исследованных лексем свидетельствуют о развитии всех видов (лексической и лексико-грамматической в обоих ее видах) полисемии английского глагола.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранова (Кривенко) Л. А. Опыт выявления частотности семем / Л. А. Баранова // Культура общения и ее формирование. – Воронеж, 2009. – Вып. 21. – С. 50-52.
2. Копыленко М.М. Очерки по общей фразеологии / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. – Воронеж, 1989. – 191 с.
3. Стернина М. А. Лексико-грамматическая полисемия в системе языка / М. А. Стернина / – Воронеж: Истоки, 1999. – 159 с.
4. Данные Британского Национального Корпуса. – Режим доступа: <http://bncweb.lancs.ac.uk>
5. Список частотности Британского Национального Корпуса. – Режим доступа: <http://ucrel.lancs.ac.uk/bncfreq/flists.html>

Воронежский государственный университет

Малыхина Н. И., кандидат филологических наук, преподаватель кафедры английского языка естественно-научных факультетов

E-mail: kni.07@mail.ru

Voronezh State University

Malykhina N. I., Candidate of Philology, Lecturer of the English for the Naturally Scientific Faculties Department

E-mail: kni.07@mail.ru

МОСКОВСКИЙ И ПРОВИНЦИАЛЬНЫЙ СВЕРХТЕКСТЫ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ СОВРЕМЕННЫХ АВТОРОВ

Е. А. Попова

Липецкий государственный педагогический университет

О. С. Шурупова

*Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации*

Поступила в редакцию 16 января 2014 г.

Аннотация: данная статья посвящена анализу двух ведущих сверхтекстов отечественной литературы: Московского и Провинциального текстов. Авторы выявляют особенности современных составляющих данных сверхтекстов. Источниками для исследования послужили произведения А. Аствацатурова, А. Барбуха, В. Березина, Е. Гришковца, В. Орлова, Д. Рубиной и др.

Ключевые слова: культура, сверхтекст, городской текст, Московский текст русской литературы, Провинциальный текст русской литературы.

Abstract: the article is devoted to the analysis of Moscow and Provincial texts as the two main supertexts of the national literature. The authors show the peculiarities of the modern parts of these supertexts. Texts by A. Astvatsaturov, A. Barbuh, V. Berezin, E. Grishkovets, V. Orlov, D. Rubina, etc. constituted the subject for the research.

Key words: culture, super-text, urban text, Moscow text of Russian literature, Provincial text of Russian literature.

По словам Н. П. Анциферова, любой город представляет собой «конкретный культурно-исторический организм», обладающий своей душой, которую можно «освободить из материальной оболочки города» [1, 30]. Исследование городских текстов, то есть сверхтекстов, организованных вокруг образа того или иного города, сыгравшего определенную роль в жизни страны, необходимо для понимания закономерностей национальной культуры. Целью данной статьи является анализ двух ключевых сверхтекстов современной русской литературы: Московского и Провинциального.

Московский текст, бесспорно, можно считать одним из наиболее значимых городских сверхтекстов русской культуры, в котором столица нашей страны проявляет различные, иногда взаимоисключающие друг друга черты. В современный Московский текст входят произведения Е. Гришковца, А. Барбуха, В. Орлова, Д. Рубиной и др.

В начале XX века вполне определились три литературных лика Москвы: Москва сакральная; Москва бесовская; Москва праздничная. К сожалению, в наши дни в продолжающем свое развитие Московском тексте нередко появляется именно образ Москвы бесовской. В современном Московском тексте нередко звучат ноты тревоги за огромный город, где все продается и покупается, где господствует суэта, погрузившись в которую, человек забывает о подлин-

ном смысле жизни. Так, в рассказе В. Березина «Двадцать второе июня» исполненную гармонии, благодатную столицу постепенно вытесняет чужой, неприятный город: «Места изменились, и я это заметил уже давно. Возник, например, дом, с каждого балкона которого торчала тарелка спутниковой связи... Отстроенные заново, с чужими прозрачными окнами, ампиры особняки Центра». Жители современной Москвы, по замечанию А. Аствацатурова, «не разевают рот попусту и не глазят по сторонам. Им некогда и неинтересно». Как утверждает Е. Е. Левкиевская, «превращение уютной “домашней” старушки Москвы с ее специфической структурой в задыхающийся от своей величины бесструктурный мегаполис... меняет многие смыслы, традиционно включавшиеся в понятие “Москва”» [2, 832]. Особенно отталкивающий, абсурдный, внушающий страх образ Москвы создается в романе Д. И. Рубиной «Синдикат», героиня которого вынуждена провести в столице три года. В произведении отмечены такие доминантные точки современной Москвы, как «сувенир высотой с Эйфелеву башню» – памятник Петру I, элитные клубы, «шестнадцатипятиэтажные унылые блочные дома серого цвета, швы между панелями заделаны черной смолой». Все это являет, по мысли Д. И. Рубиной, «какую-то иную Москву... притягательный город-монстр».

В составляющих Московского текста XIX – первой половины XX в. Москва традиционно воспринималась русским человеком как «огненный» город,

и в цветовой палитре посвященных городу произведений часто присутствовали красный, желтый, золотистый цвета. Москва названа «златокипящим» городом в романе В. Орлова «Аптекарь», в котором цветовые концепты получают традиционную для свертхтекста в целом репрезентацию. «Золотистый цвет, как и красный, нередко используется в православной иконописи, ... и Первопрестольная напоминает икону, к которой народ относится с любовью и почтением» [3, 85]. Москва Д. И. Рубиной – тоже «огненный» город: персонажам романа «Синдикат» постоянно грозит пожар, который пытается устроить странный «огненно-рыжий мальчик». Более того, красным с золотом оказывается пропуск в колумбарий Ваганьковского кладбища, который «всегда и повсюду» носит с собой одна из героинь романа и который дает ей возможность проникнуть в любое заведение Москвы. Красный, рыжий и золотой, таким образом, в пределах этого текста связаны со смертью. Можно отметить, что и концепт «дом», всегда игравший в Московском тексте важнейшую роль, приобретает здесь не свойственные ему в стандартной языковой картине мира признаки. «Подъезд начинен всевозможными сюрпризами», и каждый раз, когда героиня романа попадает «домой», ее ждет нечто неприятное. Негативные признаки реализует данный концепт и в рассказе А. Барбуха «Певческий переулок», в котором квартира в центре Москвы превращается в предмет корысти и вождления.

Однако в романах Е. Гришкова «Рубашка» и «Асфальт» Москва соединяет признаки Вавилона, жители которого проводят всю жизнь, предаваясь бесконечной и подчас бесплодной работе в бесчисленных офисах, и черты родного, близкого главным героям города, где есть «обычная и знакомая... жизнь». Герой романа Е. Гришкова «Асфальт» понимает, что коренное отличие остальных городов от Москвы заключается в том, что никого из людей, которые стремятся в столицу, Москва «как город не интересуется». «Все ехали и едут сюда за жизнью. Все хотят здесь жить, и не так, как жили до этого». Сакральный смысл города скрыт от посторонних взглядов и открывается тому, кто достоин постичь его, постепенно. Следует подчеркнуть, что одной из главных ценностей Московского текста продолжает оставаться семья, которую обретают многие его персонажи. «Ты как будто не в Москве живешь... Ты правильно как-то смог устроить жизнь. А я живу в Москве... Суечусь, дергаюсь», – слышит от своего друга главный герой романа Е. Гришкова «Асфальт», у которого, как и у персонажей Московского текста XIX в., есть дом, где его всегда ждут жена и дети. Необходимость иметь дом и семью ощущают и другие герои современного Московского текста. «Мне нужен ребенок... Единственное, чего хочу. Без него страшно», – заявляет героиня рассказа А. Барбуха «Певческий переулок».

Концепт *дом* является ключевым и в другом ключевом свертхтексте русской литературы – Провинциальном тексте, который образуют произведения Е. Гришкова, Д. Рубиной и др. Здесь этот концепт реализует лишь положительные признаки. Как заявляет герой рассказа Е.В. Гришкова «Над нами, под нами и за стенами», «...они, эти *дома*, все одинаковые... И не надо думать, что в этих *домах* живет тоскливо и однообразно. То, что *дома* однообразные, – это ничего не значит. *Дома* однообразные, а жизнь за этими окнами разнообразная». Дом в Провинциальном тексте – это не только уютный уголок, где человеку всегда хорошо, не только семейное гнездо, но и своеобразная крепость, в которую допущен не всякий.

Однако провинциальный город, как и Москва, может предстать перед человеком с разных сторон. Например, герой повести Е. Гришкова «Реки» заявляет: «Я родился в городе, который не могу ощущать ни как большой, ни как маленький... Когда-то он казался мне непостижимо большим, а когда я бежал из него, он был удушливо тесен». Удушливо тесным кажется город и героине романа Д. Рубиной «Белая голубка Кордовы» Рите, которая бросает ему вызов, сбежав в столицу с собственной свадьбы. Все в провинции подчиняется неписаным правилам, примеры которых можно обнаружить в романе Д. Рубиной «Белая голубка Кордовы»: косая Берта красит кур зеленкой, а ее соседка Миля – марганцовкой; семейная чета Кацев каждый день начинает с купания в реке и т.д. Не все готовы жить, подчиняясь таким правилам, и потому провинциальный город может представляться скучным. Так, герой романа Е. Гришкова «Асфальт» «затосковал» в родном городе и покинул его навсегда. В современной литературе провинциальные городки часто бывают противопоставлены Москве: «Затхлые подмосковные городки – вот где была мертвая зона» (Рубина. «Синдикат»); «На перроне возникало оживление, атмосфера... даже как бы столичности, слышалась чистая московская речь... – и возникало ощущение, что это не жалкий перрон *захолустной* желдорстанции» (Войнович. «Монументальная пропаганда»). Обращает на себя внимание способность слова *город* к сочетанию с выражающими резко негативную оценку именами прилагательными *затхлый*, *захолустный*.

Пожалуй, в русской литературе проявляется свойственное нашему народу двойственное отношение к провинциальному городу: с одной стороны, это место, связанное с домом, детством, с другой – это нередко скучный городок, откуда человек пытается вырваться. Подобно этому, Москва предстает то как жестокий мегаполис, способный «доконать человека» (Е. Гришковец. «Асфальт»), то как город, который по-прежнему «протягивает горожанам ладони больших площадей» (Аствацатуров. «Люди в голом»). В настоящее время и Московский, и Про-

винциальный тексты русской литературы продолжают свое развитие, и это означает, что темы Москвы и провинции по-прежнему важны и интересны для русского человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анциферов Н. П. «Непостижимый город...»: Душа Петербурга. Петербург Достоевского. Петербург Пушкина

/ Н. П. Анциферов; Сост. М. Б. Вербловская. – СПб. : Лениздат, 1991. – С. 30.

2. Левкиевская Е. Е. Москва в зеркале современных православных легенд / Е. Е. Левкиевская // Лотмановский сборник №2. М.: Изд-во РГГУ, 1997. С. 805–835.

3. Шурупова О. С. Цветовая гамма Петербургского и Московского текстов / О. С. Шурупова // Русский язык за рубежом. – 2012. – № 6. – С. 80–86.

Липецкий государственный педагогический университет

Попова Е. А., доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка

E-mail: kafedrarusyaz2007@rambler.ru

Lipetsk State Pedagogical University

Popova E. A., Doctor of Philology, Professor, Head of the Russian Language Department

E-mail: kafedrarusyaz2007@rambler.ru

Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Шурупова О. С., кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественных дисциплин

E-mail: shurupova2011@mail.ru

Lipetsk Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration Under the President of the Russian Federation

Shurupova O. S., Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Humanities and Physical Sciences Department

E-mail: shurupova2011@mail.ru

ОБ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ СВЯЗЯХ В ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

И. А. Пушкарёва

Кузбасская государственная педагогическая академия

Поступила в редакцию 20 апреля 2013 г.

Аннотация: в статье рассматривается роль чужой речи в актуализации связи газетно-публицистического текста с культурным пространством. Уделено внимание концептуальной, эмоционально-образной и композиционной функциям чужой речи.

Ключевые слова: газетно-публицистический стиль, аналитическая и художественная публицистика, чужая речь, интертекстуальность, цитата, реминисценция.

Abstract: role of another's speech in actualization of the connection between newspaper style and cultural space is described in the article. Attention is paid at conceptual, emotional-imaginative and compositional functions of another's speech.

Key words: newspaper style, analytic and artistic social and politic journalism, another's speech, intertextuality, quotation, reminiscence.

«Интертекстуальность сегодня рассматривается как важнейшая текстовая категория, связанная с диалогичностью текста» [1, 41]. Для газетной публицистики важна актуализация связей с культурным пространством, которая отражает установку текста на диалог с читателем (см. об этом: [2, 669]). Рассмотрим роль контекстов с чужой речью в создании интертекстуальных связей произведений современной газетной публицистики.

Безусловно, особый интерес представляют аналитические и художественно-публицистические жанры, где ярко выражается авторская индивидуальность, проявляющаяся в специфике «ассимиляции» чужой речи. В названных жанрах преимущественно используется не «линейный», а «живописный» стиль передачи чужой речи (о разграничении этих стилей см.: [3, 413–418]).

Материалом для анализа являются тексты из городской газеты «Кузнецкий рабочий» (Новокузнецк) – аналитические и сатирические комментарии А. Г. Белокурова и городские дневники В. А. Немирова, позволяющие судить о специфике развития современного регионального медиадискурса. Чужая речь в рассмотренном материале передаётся путём дословного воспроизведения, пересказа и скрытого цитирования фольклорных и авторских по происхождению высказываний. Авторами введённых цитат (в широком понимании этого термина [4, 96–100]) являются представители разных эпох и социальных сфер – искусства, науки, политики. Особое внимание в газете уделяется ярким личностям, жизнь и деятельность которых связана с Сибирью и Алтаем.

Анализ художественной и аналитической публицистики показывает, что целью введения чужой речи становится не столько характеристика другого речевого субъекта, сколько авторская концептуальная и экспрессивная актуализация. При «живописном» стиле передачи чужой речи читатель должен сам определить границы цитаты, точность воспроизведения чужого слова и даже авторство. Например, намеренная небрежность в цитировании органична в городских дневниках В. Немирова, где набросок является важнейшим конструктивным принципом: *Весенний шум. Это у кого-то из классиков («Весенняя лихорадка в стадии обострения», 17.03. 2007).* «Живописный» стиль передачи цитаты рассчитан на диалог с читателем. Так, в сатирическом комментарии А. Белокурова в метонимической функции используется определение *немецкий*, хотя на самом деле процитированное высказывание приписывается Наполеону Бонапарту или У. Черчиллю: *<...> ум немецкий не в силах понять таких вещей и только бессильно констатирует: «В России нет дорог, одни направления» <...> («Казалось, что хотелось, но оказалось, хотелось, потому что казалось», 16.06.2007).* Опираясь на современное толкование слова *немецкий*, читатель обнаружит значимую в контексте синекдоху и, возможно, найдёт её истоки, обратившись к истории русского языка и русской культуры (см. у В. И. Даля: *нѣмецъ* – «неговорящий по-русски, всякій иностранецъ съ запада, европеецъ» [5, 562]).

Актуализация связей с культурным пространством, усиливая диалогическую ориентацию текста, выполняет несколько функций, среди которых отметим концептуальную, эмоционально-образную и композиционную, взаимосвязанные в контексте.

Концептуальная функция заключается в выражении ключевых для автора мыслей. Так, сам характер отбора журналистом источников для цитирования подчёркивает в работах В. Немирова значимость мысли о живой связи поколений. Например, заголовок материала *«Кузнецких людей радением»* (4.06.2009) является цитатой из доклада царю воеводы Михаила Овчина. Это высказывание, в свою очередь, приводится со ссылкой на работу бийского историка-краеведа Сергея Исупова *«Как кузнечане Бийск строили»*.

Эмоционально-образная функция основана на использовании чужих высказываний, обогащающих текст коннотативной информацией комического или лирического характера. Комическая тональность характерна для современной газетной публицистики и создаётся благодаря взаимодействию чужой речи с контекстом, например: *Представились безбрежные золотые нивы Канзаса, пьяные негры задорно орут частушки: «Дайте в руки мне гармонь, золотые планки...» («Казалось, что хотелось...»)*. А. Белокуров является мастером в работе с интертекстом, что проявляется в высоком уровне владения «живописным» стилем. Введённые журналистом реминисценции основаны на использовании известных образов, наполняющихся в тексте авторскими коннотациями, при этом образы включаются в ассоциативные комплексы, например: *Так бы и обрели мы своё мужественное патриотическое счастье, кабы не сволочная заокеанская мышка. Которая бежала там где-то себе, хвостиком махнула – так, между прочим, не по злобе даже – просто неуклюжая или блошка цапнула. Но наше яичко снесла. Напрочь. Так, что Владимир Владимирович вынужден был снова выступить с заявлением («Когда есть нечего, всё равно, в какой руке вилка, а в какой нож», 25.08.2007).*

Реже в газетной публицистике создаётся лирическая тональность. В большей степени она характерна для городских дневников В. Немирова. Например, заголовок материала *«И тема угадана»* (3.10.2009) является цитатой из поэтического текста Юрия Левитанского. Другая строчка из стихотворения гармонирует с пейзажной зарисовкой лирического характера и приводится в тексте как оформленная цитата: *«Золотая» – подходящий эпитет для нынешней осени. Выбрались за город: тихо, прозрачно, струится солнечный свет, и в его потоках неслышно сыплется жёлтая листва. Хорошее время, когда, по словам поэта Юрия Левитанского, «замысел ясен и тема угадана». И скоро ветер задует последнюю свечу.* Настроение журналиста, выраженное в лирико-философском высказывании, созвучно поэтическому высказыванию.

Композиционная функция проявляется в том, что чужое слово участвует в организации парадигматических связей между входящими в текст вы-

сказываниями. Эти связи в единичных случаях основаны на формальных признаках, но чаще всего – на смысловых.

Так, формальное соотношение высказываний в контекстах, где используется чужое слово, позволяет реализовать юридическую функцию (выделена Г. Г. Слышкиным как одна из функций концептов прецедентных текстов, см. об этом: [6, 43]). Например, А. Белокуров на основе игровой манеры изложения строит искусственный риторический приступ в материале *«Молчание – золото. Будешь много молчать – ограбят»* (23.09.2006): *Всё-таки цифра «три» обладает какой-то магической притягательностью. «На муромской дороге стояли три сосны», «Три тополя на Плющихе», «Три мифа о Путине».* Здесь связанное с культурной информацией имя числительное становится ассоциативной скрепой для фрагментов текста.

Смысловое соотношение нескольких высказываний в контексте создаёт эффект стереоскопического изображения. При этом могут соотноситься несколько чужих высказываний или авторская речь и чужое высказывание. Чужая речь вводится с помощью приёма анамнезиса. Используется смысловое развёртывание текста на основе тождества (автор подбирает парафразы) или сходства. Например, несобственно-прямая речь в сатирическом комментарии А. Белокурова *«Нашему царю показали фигу. Умрём все до последнего!»* (03.09.2005) передаёт голос той части россиян, которые не принимают западную критику российской действительности и склонны во всём винить Запад. Следующая далее конструкция с прямой речью содержит парафраз мысли, сформулированной в форме несобственно-прямой речи: *А тут ещё «Штерн», «Фокус» и прочая желтоватая пресса вздумали про нас писать плохо. (Пишут-то они давно так, просто мы их не читали.) О курортных привычках наших новеньких русских, о вонючих подъездах, о поборах на дорогах... Не трожь грязными лапами наше святое! То есть, как сказал Пушкин: «Я, конечно, презираю Отечество моё с головы до ног – но мне досадно, когда иностранец разделяет со мной это чувство».*

Наряду с приёмом «стилистического перевода» – подбора тождественных по смыслу, но различающихся стилистически высказываний – журналисты используют также метод аналогии, вводя высказывания не тождественные, а сходные по смыслу. Например: *Отец размышляет над графой «Общедомовые нужды», которые обозначены суммой в 683 рубля 83 копейки. Он восхищён: «Я же могу один содержать подъезд за свои деньги!!!» Наверное, с такой же интонацией восклицал пролетарский писатель Горький: «Человек – это звучит гордо!»* (городской дневник *«У матросов есть вопросы»*, 30.01.2010). Благодаря приведённой аналогии контекст приобретает ироничное звучание.

Стилистический эффект от использования приёма анамнезиса связан с тем, что, с одной стороны, чужое слово иллюстрирует мысль, усиливая смысловые акценты, а с другой – взаимодействие чужой речи с контекстом создаёт эмоционально-образную окраску: *Потому у нас всё хорошо, а если что плохо – так это виноват Запад. Как мудро говорил Иван Васильевич Грозный, запрудив Волхов трупами новгородцев: «Всё, что ни случилось с нами плохого, всё это происходило из-за германцев» («Нашему царю...»).*

Таким образом, в актуализации интертекстуальных связей газетной публицистики взаимодействуют такие функции чужой речи, как концептуальная, эмоционально-образная и композиционная, причём чужая речь активно «ассимилируется» контекстом, подчиняется авторским задачам концептуальной и экспрессивной актуализации. Региональное начало проявляется в авторстве и содержании приводимых цитат и в рассмотренном мате-

риале наиболее полно раскрывается в жанре городского дневника.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болотнова Н. С. Коммуникативная стилистика текста: Словарь-тезаурус / Н. С. Болотнова. – Томск : Изд-во ТГПУ, 2008. – 384 с.
2. Дускаева Л. Р. Языково-стилистические изменения в современных СМИ / Л. Р. Дускаева // Стилистический энциклопедический словарь / под ред. М. Н. Кожинной. – М. : Флинта ; Наука, 2003. – . 664–675.
3. Бахтин М. М. Тетралогия / М. М. Бахтин. – М. : Лабиринт, 1998. – 608 с.
4. Кузьмина Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н. А. Кузьмина. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 272 с.
5. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. / В. И. Даль. – М. : Терра, 1994. – Т. 2. – 784 с.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : ГНОЗИС, 2004. – 390 с.

*Кузбасская государственная педагогическая академия
Пушкарёва И. А., доцент кафедры русского языка и
литературы
E-mail: PIA11@yandex.ru*

*Kuzbass State Pedagogical Academy
Pushkareva I. A., Associate Professor of the Russian
Language and Literature Department
E-mail: PIA11@yandex.ru*

СОБСТВЕННОЕ ИМЯ В АССОЦИАТИВНОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ И ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЗНАЧЕНИИ

А. В. Рудакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 11 марта 2014 г.

Аннотация: в статье анализируются имена собственные в ассоциативных полях этнонимов, выявляется роль сем, вербализующихся в психолингвистическом значении именем собственным.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, имена собственные, стимул, реакция, ассоциативный словарь, психолингвистическое значение, семантическая интерпретация.

Abstract: the article analyzes proper names in the associative fields of ethnonyms, the role of semes, verbalizing in psycholinguistic meaning of the proper name.

Key words: association experiment, personal name, stimulus, reaction, associative dictionary, psycholinguistic meaning, semantic interpretation.

Исследование выполнено при поддержке гранта РГНФ № госрегистрации 1204-00128а от 14 марта 2012 г., «Теоретические проблемы разработки и создания «Психолингвистического толкового словаря современного русского языка», НИЧ 12059.

Цель статьи – определение роли собственных имен в структуре ассоциативного поля и психолингвистическом значении соответствующего слова.

Анализ собственных имен, фигурирующих в ассоциативных полях французского языка, был принят Мишель Дебрэнн. Ученый предполагает, что «собственными именами чаще всего обозначены прецедентные феномены, разные для каждой лингвокультуры, и большинство из них представляет трудный для восприятия носителям русского языкового сознания страноведческий материал» [1, 176]. Мы ставим задачу проверить данное утверждение на русском материале.

В качестве материала исследования были выбраны 28 лексем с семой «национальность», входящие в словник «Ассоциативного словаря употребительной русской лексики» [2]: наименования лиц по национальности (*азер, азиат, американец, англичанин, афганец, африканец, афроамериканец, еврей, жид, кавказец, кацап, китаец, москаль, негр, немец, рафик, русский, француз, хачик, хохол, чукча, чурка, чучмек, японец*) и имена прилагательные, образованные от них (*американский, английский, немецкий, китайский*).

На первом этапе работы были проанализированы ассоциативные поля соответствующих 28 стимулов указанного ассоциативного словаря. Всего было выявлено 2802 реакции (из них 306 отказов). Было

установлено, что ассоциативные поля практически всех слов-стимулов включают в себя имена собственные. Наибольшее количество ассоциатов – собственных имен отмечено у стимулов *хохол* (20 ассоциатов) – *немец* и *француз* (по 19 ассоциатов); наименьшее количество – у стимулов *чукча* (4 ассоциата), *русский* (3 ассоциата) и *хачик* (2 ассоциата). В ассоциативном поле стимула *жид* имена собственные отсутствуют.

Затем полученный корпус ассоциатов – собственных имен был классифицирован по семантическому критерию: были выделены три группы (топонимы, антропонимы и имена собственные, связанные с деятельностью человека).

Только топонимические реакции отмечены у стимулов *афроамериканец, афганец, чукча*. Остальные стимулы представлены ассоциатами двух и более групп. Например, стимул *француз* представлен в двух группах: топонимы (*житель Франции, из Франции* и др.) и антропонимы (*Наполеон 4, Пьер Ришар 3* и др.); стимул *американец* – во всех трех группах: топоним (*Америка, США* и др.), антропонимы (*Нарцисс Пьер, Джордж Буш* и др.), наименования, связанные с деятельностью человека (*Макдональдс, НАТО, Статуя Свободы* и др.).

Третий этап исследования предполагал выявление роли имен собственных в структуре психолингвистического значения слов-стимулов. Под психолингвистическим значением слова мы понимаем упорядоченное единство всех семантических компонентов, которое актуализирует изолированно взятое слово в сознании носителей языка, в единстве более и менее ярких, ядерных и периферийных, все из которых реально связаны с данной звуковой оболочкой (лексемой) [3, 97]. Ассоциативные поля исследуемых лексем были подвергнуты семной интер-

претации, т. е. ассоциаты были интерпретированы как вербализация отдельных сем слова-стимула. Методика семной интерпретации описана в [3].

Покажем результаты семантической интерпретации ассоциатов – имен собственных на стимулы-лексемы с семой «национальность» (после каждого ассоциата отмечено количество испытуемых, указавших это имя собственное).

Группа 1 «Топонимы». Анализ собственных имен в ассоциативных полях лексем с семой «национальность» показывает, что подавляющее большинство имен собственных относится к топонимическим наименованиям – 68% (от общего числа ассоциатов, вербализованных собственными именами). Большинство ассоциатов вербализует признаковую часть денотативного компонента психолингвистического значения (семы, отражающие денотативное содержание значения). Анализ семем «человек определенной национальности» исследуемых лексем показал, что архисема «национальность» предполагает (детерминирует) в структуре значения обязательное наличие семантического параметра «место жительства и/или место рождения», который вербализуется наименованием конкретного топонима (стимул → реакция): *хохол* → *Украина*; *немец* → *Германия*; *француз* → *Франция*; *негр, африканец* → *Африка*; *американец, афроамериканец* → *США, Америка*; *москаль, русский* → *Россия, Москва* и др. Было замечено, что в основном актуализированы наименования стран (47% от общего числа ассоциатов-топонимов), реже – континентов, частей, света, регионов (29%), городов (14%). Единичными являются наименования отдельных частей населенных пунктов (1% – ассоциат *черкизовский* на стимул *азер*, ассоциат *Остужево* на стимул *азиат*). Однако было выявлено, что не все ассоциаты-топонимы объективируют названный семантический параметр. В некоторых случаях топоним вербализует архисемы – например, сему «национальность» (ассоциат *Россия* на стимул *москаль* объективирует сему «русский»); дифференциальные семы – например, сему «употребляется на Украине» (ассоциат *Украина* на стимулы *кацап, москаль*); сему «патриот» (ассоциат *Отечество* на стимул *русский*). В редких случаях собственное имя позволяет выделить отдельную семему (например, ассоциат *Афган* на стимул *афганец* дает возможность сформулировать семему «советский солдат, воевавший в Афганистане»). Отдельные ассоциаты были интерпретированы как вербализация сем, объективирующих реляционную часть денотативного значения (реляционная часть определяет внешние связи лексемы и содержит энциклопедическую информацию). Были объективированы семы, вербализующие исторические реалии: например, ассоциат *Гатчина* на стимул *немец* отсылает к захвату Гатчины фашистскими войсками, ассоциат *Пёрл-*

Харбор на стимул *японец* – к нападению японцев на базу США, ассоциат *Турция* на стимул *англичанин* – к колонизации Турции англичанами и др. Отсылка к политическим реалиям вербализуется ассоциатом *Сахалин* на стимул *японец*. Ассоциат *Запад* на стимул *американец* демонстрирует, какие страны для русского языкового сознания относятся к западным (в отличие от Европы). Интересным является и вербализация трансформированного прецедентного текста «дурак, он и в Африке дурак» (ассоциат *и в Африке еврей* на стимул *еврей*).

Группа 2 «Антропонимы» (29% ассоциатов). Ассоциаты, отнесенные к этой группе, в основном одиночные реакции, однако встречаются и ассоциаты, указанные несколькими респондентами (*Гитлер 5, Наполеон 4, Пьер Ришар 3* и др.). В структуре психолингвистического значения все ассоциаты объективируют идентификационную зону (вербализуют имена личностей или персонажей произведений, которые в сознании носителей русского языка связаны с соответствующим этнонимом). Анализ показывает, что для носителей русского языка наиболее персонифицирован образ француза (15 ассоциатов): император Наполеон 4; актеры Пьер Ришар 3, Ален Делон 1, Ж. Дассен 1; музыкант Адамо 1, литературные персонажи Дефорж и Трике. Одна из реакций – имя русского актера Михаила Боярского, однако в русском языковом сознании его артистический образ тесно связан с образом француза-мушкетера. Ассоциат *Пушкин* на стимул *француз* указывает на поэта, который жил в эпоху, когда в русском обществе было популярно все, что связано с французами; писал на французском языке, о французах. Кроме того, в лицее у него было прозвище «Француз». Образ немца для русского человека персонифицирован следующими именами (10 ассоциатов): фюрер Германии Адольф Гитлер 5, начальник гестапо Генрих Мюллер 1, футболисты Франц Бюкенбауер 1 и Бастиан Швайнштайгер 1, психиатр Зигмунд Фрейд 1, философ Иммануил Кант 1. Этноним *американец* представлен только именами президентов США (Джордж Вашингтон, Джордж Буш, Барак Обама) и персонажами (дядя Сэм, Джек Восьмёркин) – всего 7 ассоциатов. Остальные этнонимы мало представлены антропонимами (менее четырех ассоциатов). Не отмечены персональные имена у таких этнонимов, как *афганец, афроамериканец, москаль, русский, чукча, чурка, японец*. В идентификационной зоне психолингвистического значения исследуемых лексем представлены и имена, фамилии, отчества отдельных индивидуумов (9 ассоциатов): *Валера, Карим 2; преподаватель Черникова, Джон, Ашот, Максим, Ашотович 1*. Это имена людей, известных респондентам и ассоциирующихся в их сознании с конкретными представителями этносов. При семантической интерпретации некоторые ассоциаты были отнесены к неинтерпретируемым, так

как связаны со стимулом только фонетическими связями (ассоциат *Ремарк* на стимул *рафик*, ассоциат *Паскаль* на стимул *москаль*, ассоциат *Майтан* на стимул *азер*, ассоциат *Земфира* «Трафик» на стимул *рафик*).

Группа 3 «Имена собственные, связанные с деятельностью человека» (7% ассоциатов). Семантическая интерпретация ассоциатов данной группы показывает, что семы, вербализуемые данными ассоциатами, в основном относятся к реляционной части психолингвистического значения исследуемых лексем. Частотными оказались семы, актуализирующие прецедентные тексты (наименования фильмов, телепередач): сериал «Наша Раша» (стимул *рафик*); фильм «Пёрл-Харбор» (стимул *японец*) и др.

Были отмечены и семы, актуализирующие окружающие реалии этноса – ассоциат *Статуя Свободы* (стимул *американец*), ассоциаты *китайская пасха*, *Новый год* (стимулы *китаец*, *китайский*). Признаковую часть психолингвистического значения лексем с семой «национальность» вербализовали ассоциаты – наименования производителей автомобилей (6 ассоциатов), указанные ассоциаты позволили выделить семему «товар, произведенный в ... стра-

не» (ассоциат *BMW* на стимулы *немец*, *немецкий*; ассоциат *хонда* на стимул *японец*).

Собственные имена являются неотъемлемой частью лексической системы любого языка. Семантическая интерпретация ассоциатов – собственных имен русских ассоциативных полей показала, что все ассоциаты объективируют в основном семы денотативного компонента психолингвистического значения слова. Топонимы чаще вербализуют дифференциальную сему «место жительства / рождения», антропонимы – идентификационную зону, а названия, связанные с деятельностью человека, – прецедентные тексты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дебрэнн М. Собственные имена во Французском ассоциативном словаре / М. Дебрэнн // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 12. – С. 176–183.
2. Ассоциативный словарь употребительной русской лексики: 1080 стимулов / Науч. ред. А. В. Рудакова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2011. – 187 с.
3. Стернин И. А. Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы / И. А. Стернин, А. В. Рудакова. – Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 2011. – 192 с.

Воронежский государственный университет
Рудакова А. В., доцент кафедры общего языкознания
и стилистики
E-mail: a-rudakova@list.ru

Voronezh State University
Rudakova A. V., Associate Professor of the General Linguistics
and Stylistics Department
E-mail: a-rudakova@list.ru

ЛЕРМОНТОВ – ПЕРЕВОДЧИК: СОВРЕМЕННЫЕ ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ

А. Л. Савченко, С. Н. Филюшкина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: в статье предпринимается попытка обобщить достижения отечественных ученых, обратившихся к проблеме переводческой деятельности М. Ю. Лермонтова. Получает развитие и подтверждение принципиальная мысль о тематической и стилистической связи переводимых оригиналов со стихами русского поэта, а также о преобладании у Лермонтова вольных подражаний зарубежным авторам и переложений их произведений. Вместе с тем анализу подвергаются и редкие случаи собственно переводов отдельных произведений Байрона, строф из его поэмы «Паломничество Чайльд-Гарольда».

Ключевые слова: перевод, адекватность, эквивалентность, подстрочник, оригинал, стиль, Федоров, Дьяконова, сходство и различие, комментарий, Байрон, Гете, Гейне.

Abstract: the authors of the article make an attempt to sum up the achievements of Russian scholars who have dealt with a problem of Lermontov as a translator of foreign poets. The idea of thematic and stylistic close connection of the original texts with Lermontov's own poetry dominates in the article. The thesis of retelling of the poems of foreign authors also receives further interpretation. At the same time some examples of pure translation made by Lermontov are objects of the analysis.

Key words: adequacy, equivalence, original style, interlinear translation, Fiodorov, Diakonova, similarity and difference, commentary, Byron, Goethe, Heine.

Нельзя не признать, что наше обращение к заявленной теме – поступок достаточно дерзкий, может быть, самонадеянный. Ведь главным итогом исследования проблемы «Лермонтов – переводчик» является то, что она в общем-то уже исчерпана.

Давно определены этапы переводческой деятельности русского поэта. Первый, очень короткий (1829–1830), был связан с интересом Лермонтова к немецким гениям, Шиллеру и Гете; на третьем, тоже небольшом, этапе (1840–1841) поэт вновь обращается к Гете, а также к Цедлицу, к Гейне, переводит один из «Крымских сонетов» Мицкевича. Наиболее обширным и широко освещенным в критике представляется промежуточный – второй – этап (1830–1836), когда поэт увлечен Байроном, с которым его роднит острое ощущение несовершенства окружающего мира, определившее у обоих авторов мотивы скорби и бунта.

Важным итогом работы отечественных ученых, обращенной к поставленной проблеме, – являются обстоятельные комментарии к изданиям сочинений великого русского поэта, специальные статьи, например, А. Финкеля в одном из томов серии «Мастерство перевода» (1969), знаменитая «Лермонтовская энциклопедия» (1981), где обобщены сведения о переводческой деятельности великого русского поэта,

собранные Л. Аринштейном, Р. Данилевским, А. Федоровым; последний еще ранее в монографии «Лермонтов и литература его времени» (1967) опубликовал пространную главу «Лермонтов как переводчик».

Тем не менее, о некоторых интересных наблюдениях исследователей и комментаторов хотелось бы напомнить и в каких-то частных моментах кое-что уточнить. Нам представился плодотворным и такой подход к проблеме, как сопоставление взглядов двух очень серьезных и интересных исследователей – Андрея Венедиктовича Федорова, оценивающего восприятие Лермонтовым Байрона с точки зрения специалиста по русской литературе, и Нины Яковлевны Дьяконовой, развивающей ту же тему с позиций крупного англиста.

Нина Яковлевна уделяет большое внимание проблеме влияния Байрона на русского поэта – в его молодые годы. Справедливо оговаривая, что не всегда можно провести грань между воздействием на Лермонтова общеромантических тем и мотивов и собственно Байрона, Н. Я. Дьяконова утверждает, что русский автор нередко следует ораторскому декламационному стилю английского поэта, с его приверженностью к гиперболизации, абсолюту, антитезам, использует любимые Байроном формулы – контрастное сближение ада и рая, земли и неба, блаженства и муки. При этом исследовательница отмечает и все возрастающее стремление Лермонтова избавиться

от ораторской пышности, многословия и абстракций, характерных для Байрона (1, 44).

Остановившись на более конкретных примерах, А. Федоров убедительно доказывает, что многие стихотворения обоих поэтов близки друг к другу в тематическом и композиционном отношении, в сосредоточенности на изображении душевного состояния лирического героя, по своей судьбе и переживаниях сходным с автором (2; 248, 251).

Вместе с тем Федоров постоянно подчеркивает, что подобная поэтическая манера сложилась у Лермонтова и ДО изучения им английского языка и, следовательно, ДО знакомства с Байроном. Она проявилась, доказывает исследователь, уже в более ранних переводах – из Шиллера, который в трактовке Лермонтова обрел иной, не свойственный ему облик. Именно обнаруженный у английского барда близкий ему поэтический язык (а не только, говоря словами Лермонтова, «одна судьба, одни и те же муки») и привел к тому, что байроновские мотивы обрели такое большое место в поэзии русского поэта, позже, правда, решительно заявившего: «Нет, я не Байрон, я другой...».

С этим согласны оба упомянутых ученых, однако применительно к переводам Лермонтова из Байрона они порой вступают в скрытую полемику, о чем в свое время мы скажем ниже. Сейчас же напомним об общем для всех исследователей мнении, что у Лермонтова преобладают не собственно переводы зарубежных авторов, но вариации на темы их произведений, а также переложения и вольные подражания. Особенно это касается Байрона.

А. Федоров и Н. Дьяконова, провели кропотливую работу по выявлению в творчестве Лермонтова, прежде всего в поэзии, образно говоря, мельчайших «следов» английского барда, проявляющихся то в названии стихотворения – «Подражание Байрону», то в цитировании его каких-то строк, в перекликающихся образах, совпадениях, в использовании эпиграфов. Выявлены примеры того, как Лермонтов через Байрона приходил к другим английским поэтам или, наоборот, через их строки – к Байрону (мотивы Колриджа, Бернса).

Однако при дальнейшем разговоре хотелось бы остановиться не на подобных «следах», а на феноменах более крупных, выявляющих и внутреннее родство, и различия двух великих поэтов. А также на тех случаях, когда Лермонтов, действительно, стремится переводить.

Позволим себе напомнить основополагающие понятия теории перевода, опираясь на В. С. Виноградова, В. Н. Комиссарова и других ученых. Это адекватность и эквивалентность. Адекватным считается перевод, который исчерпывающе передает смысловое содержание подлинника и стилистически соответствует ему. Эквивалентность связана с лингвистическими факторами: грамматическими, син-

таксическими, семантическими и т. д. и при этом соответствует каждому сегменту языка оригинала. Следует учитывать, что понятие «адекватность» обладает более широким смыслом и, как полагает В. Н. Комиссаров, используется как синоним «хорошему переводу».

Попытаемся взглянуть с этих позиций на лермонтовский перевод стихотворения Байрона «Lines Written in an Albom at Malta» (14 сентября 1809 г.).

Вот первая строфа оригинала и ее подстрочник:

As o'ver the cold sepulchral stone
Some name arrests the passer by;
Thus, when thou view'st this page alone
May mine attract thy pensive eye!

«Как имя на холодном могильном камне привлекает внимание прохожего, так и твой задумчивый взгляд может упасть на мою страницу».

У Лермонтова:

Как одинокая гробница
Вниманье путника зовет,
Так эта бледная страница
Пусть милый взор твой привлечет.

В этих строчках тонко переданы тон и эмоциональный эффект оригинала, что достигается удачно найденным эпитетом «бледная», заменой словосочетания «холодный могильный камень» – «одиноким гробницей», «задумчивого взгляда» – «милым взором». Таким образом, для первой строфы характерна адекватность перевода, т. к. Лермонтов подобрал приемлемые эквиваленты, не разрушающие настроения, возникшего в начале стихотворения.

Вторая строфа, состоящая у Байрона так же из четырех строк, увеличена Лермонтовым на одну для сохранения эмпазы, хотя графическое оформление оригинала несколько нарушается.

Подстрочник:

И когда ты прочтешь мое имя,
Быть может, в последующие годы
Ты вспомнишь обо мне как об умершем
И подумаешь о том, что здесь похоронено мое сердце.

У Лермонтова:

И если после многих лет,
Прочтешь ты, как мечтал поэт,
И вспомнишь, как тебя любил он,
То думай, что его уж нет,
Что сердце здесь похоронил он.

Усугубляя мотив чувства, Лермонтов добавляет фразы «как мечтал поэт» и «как тебя любил он», почти дословно воспроизводя мотив смерти и похороненного сердца.

Итак, мы видим, что русский поэт передает смысл, атмосферу и ритм стихотворения Байрона вполне адекватно, внося лишь некоторые изменения в стиль оригинала, используя лексические и семантические эквиваленты.

Обратимся теперь к стихотворению «Умирующий гладиатор» (1836), представляющему собой, по словам И. Андроникова, «вольное переложение» 139-142 строф 4 й Песни «Путешествия Чайльд Гарольда» с эпиграфом из 140 й строфы поэмы: «I see before me the gladiator lie...», Байрон дает выразительное изображение гладиатора, борющегося с предсмертной агонией. Он слышит «бесчеловечный крик» толпы, прославляющий его врага – победителя, но внутренним взором тянется к своей родине, к берегам Дуная. Английский поэт обращается к впечатляющему образу «his eyes were with his heart» (его глазами смотрит его сердце), которое находит у Лермонтова еще более поэтическое выражение: «...Вот луч воображенья сверкнул в его душе...», что демонстрирует переводческое мастерство русского гения.

В то же время налицо и выразительное переложение байроновских строк, расширение их смысла, усиление эмоционального накала

У Байрона:

But where his rude hut by the Danube lay,
THERE were his young barbarians all at play,
THERE was their Dacian mother – he, their sire...

У Лермонтова:

...Пред ним шумит Дунай...
И родина цветет...свободный жизни край;
Он видит круг семьи, оставленной для брани,
Отца, простершего немеющие длани,
Зовущего к себе опоры дряхлых дней...
Детей играющих – возлюбленных детей
(выделено нами. – А. С., С. Ф.).

Говоря о бессмысленной гибели гладиатора, которого дома ждут «с добычею и славой», Лермонтов обращается к сравнению: «...он пал, как зверь лесной...». Однако Байрон здесь прибегает к более страшному образу, изображая гладиатора жертвой мясника, что подчеркивает глагол «butchered» (в переводе причастие) – «разрубленный на куски».

Этот пример, как и многие другие, подтверждает известную истину, что когда речь идет о поэтах – переводимом и переводящем, они выступают соперниками в творчестве.

А теперь позволим себе вернуться к сопоставлению позиций Н.Я. Дьяконовой и А. В. Федорова касательно некоторых моментов, связанных с конкретными примерами лермонтовских переводов. Возникает, как мы обещали показать выше, скрытая полемика со стороны Андрея Венедиктовича. У него все чаще при упоминании о Байроне утверждается мысль о случаях простоты стиля английского поэта: «...замечательно то, что страстный и напряженный пафос, сам по себе характерный для Байрона <...> вступает в не менее характерное сочетание с большой простотой языка, с разговорной лексикой (в отдельных

местах), которая, однако, нисколько не снижает общего тона речи» (2, 253). По убеждению А. В. Федорова, «приподнятые романтические образы, эмоциональные формулы» в поэзии Байрона «органически сливаются в одно целое с элементами иного порядка», так что контраста не возникает, сохраняется впечатление естественности (там же). Н. Я. Дьяконова подобной особенности поэзии английского барда не отмечает, сосредоточившись на феномене Байрона в его отдельной самости (конечно, не отбрасывая общеромантических особенностей стиля).

Федоров же смотрит на Байрона через призму лермонтовских переводов, которые как раз и позволяют выявить контраст между поэтическими формулами английского автора, действительно, нередко простыми, и тем, какими они предстают в переложении русского поэта. «Лермонтовские переводы и реминисценции из Байрона в целом почти всегда приподняты на несколько тонов по сравнению с оригиналом», – утверждает ученый, приводя убедительные примеры (2, 254). Так, в стихотворном обращении «К Л.» («Подражание Байрону») появляется характерный для самого русского поэта образ – «память, демон-властелин», которого нет у Байрона. Повышается стилистический строй, доказывает Федоров, и в 11 м и 12 м стихах в лермонтовском переводе произведения Байрона «Farewell» («Прощание»). В оригинале мы читаем:

Awake the pangs that pass not by
The thought that ne'er shall sleep again...

(«Пробуждать внезапную острую боль, которая никогда не пройдет, мысль, которой никогда не уснуть»).

А вот перевод:
И думы эти вечный яд,
Им не пройти, им не уснуть!

Добиваясь адекватности во второй строчке, русский поэт в первой строке усугубляет образ боли, подменяя его образом яда.

У всех в памяти знаменитое лермонтовское «Душа моя мрачна...». Примеры адекватности и даже эквивалентности перевода, наблюдаемые нами в отдельных строчках и поэтических формулах, не могут заслонить общей повышенной эмоциональности русского варианта стихотворения, которой служат измененный стихотворный размер и характер рифм (это выявляет Федоров), но главное – использование отсутствующих у Байрона эпитетов и метафорических образов (среди них сравнение души с кубком яда). Хотелось бы только отметить почему-то упущенную ученым возможность оптимистической развязки у Байрона: в оригинале звучит мысль не только о том, что «сердце осуждено познать худшее и разбиться», но оно может и «поддаться песне» (and break at once – or yield to song) ! А значит, и возродиться к жизни.

Вспомним взгляд Байрона на поэзию: она позволяет нам изжить наши внутренние состояния и тем спасает нас от них. Лермонтовскому герою нужна «дикая песнь», способная вызвать спасительные слезы. Но спасения от «внутренних состояний» нет, нет надежды на возрождение. Воспринимаемый уже как самостоятельное произведение, русский перевод усугубляет и саму ситуацию, и эмоциональный накал, чувственную конкретность образов.

Подобное отношение Лермонтова к иноязычным оригиналам (правда, уже в несколько ином аспекте) демонстрируют и примеры обращения русского поэта к Гете и Гейне. Это «Горные вершины» и «На севере диком». Касательно их, особенно первого произведения, отечественное литературоведение демонстрирует полемику между исследователями: в какой мере эти стихотворения можно считать переводами? Стилистический анализ подталкивает к выводу, что русский поэт вносит в изображаемую немецкими авторами коллизию иной, более глубокой, обобщенной, нравственно-философский смысл.

Так, мотиву покоя, в прямом смысле «отдыха», который очевиден в стихотворении Гете, именуемом «Ночная песнь странника», у Лермонтова противопоставляется нечто более значительное. А. Федоров и один из комментаторов первого тома в собрании сочинений Лермонтова 1947 года И. Серман связывают мотив успокоения со смертью. Р. Данилевский в «Лермонтовской энциклопедии» говорит о «символическом освобождении от земных страстей, когда все надежды, желания и тревоги трагически угасают («Не пылит дорога, не дрожат листы») и вместе с тем очищают и просветляют душу» (1, 183). Как видим, в отличие от упомянутых ученых, Р. Данилевский отвергает тему смерти. Но почему он видит трагедию в «успокоившейся» –

не пылящей дороге и в том, что листы «не дрожат»? На наш взгляд, точнее было бы говорить об «отдыхе» как о слиянии человека с природой, с ее неурушимой гармонией, в которой и бессмертное, вечное, и преходящее, временное органически соединены.

Что касается стихотворения «На севере диком», то оно имеет два русскоязычных варианта. Первый, более ранний, являет попытку адекватного перевода, что убедительно доказывает А. В. Федоров. Относительно широко известного второго варианта в дружном согласии сходятся все ученые, мысль которых наиболее выразительно и кратко сформулировал И. Серман: отступая от оригинала, в котором сосна и пальма имеют разный грамматический род, Лермонтов обращается не к теме любовного томления, а развивает «мотив человеческой разобщенности и вечного одиночества» (3, 357).

Завершить размышления о Лермонтове-переводчике хотелось бы словами Андрея Венедиктовича Федорова: «Лермонтов подвергает иноязычный материал огромной творческой переработке, иногда по-новому осмысляет его <...> повышая стилистическую тональность подлинника, придавая ему в целом большую торжественность или усиливая пафос и трагизм, при этом расширяя словесно-образный диапазон» (2, 272).

ЛИТЕРАТУРА

1. Лермонтовская энциклопедия / [под ред. В. А. Мануйлова]. – М. : Сов. энциклопедия, 1981. – 784 с.
2. Федоров А.В. Лермонтов и литература его времени / А. В. Федоров. – Л. : Худ. лит., 1967. – 362 с.
3. Серман И. Лирика Лермонтова. Стихотворения 1836-1841 гг. / И. Серман // М. Ю. Лермонтов. Полное собр. соч. – Т. 1. – М.-Л. : ОГИЗ, 1947. – 394 с.

*Воронежский государственный университет
Савченко А. Л., кандидат филологических наук, доцент
кафедры зарубежной литературы
E-mail: nnv@phjl.vsu.ru*

*Филушкина С. Н., доктор филологических наук, профессор кафедры зарубежной литературы
E-mail: snfilushkina@yandex.ru*

*Voronezh State University
Savchenko A. L., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Foreign Literature Department
E-mail: nnv@phjl.vsu.ru*

*Filushkina S. N., Doctor of Philology, Professor of the Foreign Literature Department
E-mail: snfilushkina@yandex.ru*

НЕКРАСОВ КАК ИЗДАТЕЛЬ СОБСТВЕННОЙ КНИГИ: К ВОПРОСУ О СПОСОБЕ ПУБЛИКАЦИИ ПОЭМЫ «КОМУ НА РУСИ ЖИТЬ ХОРОШО»

Е. В. Саженина

*Институт филологии, массовой информации и психологии Новосибирского
государственного педагогического университета*

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: статья посвящена особенностям публикации поэмы «Кому на Руси жить хорошо» при жизни автора. Высказывается гипотеза о том, что разорванная публикация и нарочитая фрагментарность поэмы входили в авторский замысел. Длительные перерывы в первой публикации, особого рода выделенность глав во втором издании и отсутствие указаний о месте главы «Крестьянка» после написания «Пира на весь мир» – все это сообщает фрагментам поэмы позиционную неустойчивость. Конструктивный принцип поэмы предполагает достаточную свободу связей между ее частями. Читателю предоставляется возможность самостоятельно соединить фрагменты в им самим создаваемое «целое».

Ключевые слова: Некрасов, литературная репутация, расчет на аудиторию, руководство восприятием, «Кому на Руси жить хорошо», фрагментарность, особенности замысла и реализации.

Abstract: the article is devoted to the publication features of the poem «Who can be happy in Russia» during author's lifetime. It was hypothesized that uneven publication and deliberate fragmentation of the poem included in the author's intention.. There was a long intervals in the first publication, a special kind of the highlighted title in the second publication. Nekrasov didn't give instructions about the place chapter «Peasant woman» after writing «The feast for the whole world». The constructive principle of the poem suggests a sufficient freedom relations between its parts. The reader is given the opportunity to join the fragments of his own builds "whole".

Key words: Nekrasov, the literary reputation, the reliance on audience, the guidance of perception, «Who can be happy in Russia», fragmentation, features of intention and implementation.

Литературная репутация Н.А. Некрасова во многом осложнена его «способностью сочетать в себе поэта с успешным предпринимателем» [1, 5], издателем, ориентированным на коммерческий успех выпускаемых книг. Современники-недоброжелатели даже утверждали, что Некрасов – редактор «прогрессивных» изданий значил гораздо больше, чем Некрасов – поэт: «Как человек достаточно опытный, он должен понимать, что роль, которую он играл в русской литературе, как стихотворец, гораздо незначительнее той, какую он играл, как издатель» [2, 112]. Друзья Некрасова восхищались издательским мастерством Некрасова-издателя в обращении с авторами и подписчиками журнала. Такова, например, оценка некрасовского таланта П. Ковалевским: «Лучшего редактора, как Некрасов, я не знал... умнее, проницательнее и умелее в сношениях с писателями и читателями никого не было» [16, 287].

Тем интереснее с историко-филологической точки зрения становится некрасовский расчет на аудиторию в издании его собственных сочинений. Особенно – в отношении его последней поэмы «Кому на Руси жить хорошо» – произведения, которое начинает печатать-

ся задолго до своего завершения и, согласно общепринятому мнению, осталось незавершенным в результате смертельной болезни Некрасова.

В некрасововедении круг проблем, связанных с изданием поэмы «Кому на Руси жить хорошо», долгое время был замкнут на вопросе о последовательности ее частей. Основной причиной отсутствия канонического текста поэмы является тот факт, что Некрасов не оставил указаний, какое место должна была занять в композиции поэмы часть «Крестьянка» [17]. Однако когда мы говорим, что автор не оставил указаний, «что – после чего» печатать в поэме, которую он называл, согласно воспоминаниям А. А. Буткевич, «любимым детищем» [18, 190], мы не должны забывать, кто был ее автором. Маловероятно, чтобы в сознании редактора и издателя, крупного организатора литературных сил, всегда рассчитывающего на публику и широкий резонанс произведений, издаваемых «Современником», художественный замысел главной поэмы существовал без издательского плана, или хотя бы общего представления о том, как поэма будет печататься, чтобы быть воспринятой должным образом.

В этом отношении заслуживает внимания сам способ публикации поэмы «Кому на Руси жить хоро-

шо». Отдельные части поэмы печатались при жизни Некрасова в течение восьми лет с большими и неравными интервалами. Попробуем реконструировать историю публикации поэмы в сознании читателя, который вновь и вновь ожидает следующей части произведения, и выяснить, насколько эти длительные перерывы могли соответствовать стратегии Некрасова как издателя собственной книги.

В плане восприятия современниками некрасовской поэмы весьма показательно волнение за судьбу произведения, выраженное в письме Ф. С. Размахнина Некрасову (февраль 1871 года): «И я ждал с нетерпением, – писал почитатель некрасовской поэзии, – что расскажут про свое бытие купчина, министр государев и царь, но увы! До сих пор ни слова; неужели Вы остановились и не хотите продолжать или красный карандаш оставил следы на Вашей корректуре?» [4, 221]. Читательское нетерпение и негодующее замечание «до сих пор ни слова» вполне правомерны: с момента опубликования Пролога (январь 1866) прошло уже пять лет. Более того, за этот период вышли в свет только две «порции» первой части поэмы: спустя три года (!) после многообещающего обозначения в конце текста «Продолжение впредь» появляются «Поп», «Сельская ярмонка» и «Пьяная ночь» (январь-февраль 1869 года), затем еще через год – «Счастливые» и «Помещик» (февраль 1870). Три года пройдут, прежде чем читатели смогут увидеть следующую часть поэмы – «Последыш» (февраль 1873), и почти год разделяет публикацию «Последыша» и новой части – «Крестьянка» (январь 1874).

Столь длительные перерывы в публикации поэмы объясняются разными факторами. Основные причины сводятся к цензурным препятствиям, а также к *неготовности* других частей поэмы в момент очередной публикации [3, 625], причем обе причины нередко оказываются взаимообусловленными, о чем свидетельствует, например, воспоминание Чернышевского: «...Некрасов постоянно говорил, что пишет меньше, нежели хочется ему: слагается в мыслях пьеса, но является соображение, что напечатать ее будет нельзя, и он подавляет мысли о ней... <...> о чем он думает, что этого невозможно напечатать скоро, над тем он не может работать» [5, 481]. Но поэма все же пишется и печатается.

Если рассмотреть подробно каждый перерыв в публикации поэмы, то далеко не всегда эти паузы связаны только с неблагоприятными внешними обстоятельствами и общей масштабностью замысла, которая «тормозила» завершение поэмы.

Дата в конце первоначальной рукописи позволяет полагать, что вся первая часть поэмы была готова уже в 1865 году [6]. Почему Некрасов не печатает сразу главы первой части вместе с «Прологом»? Эта приостановка обычно связывается с «осторожничаньем» Некрасова-редактора: в декабре 1865

года (за месяц до публикации «Пролога») «Современник» получает второе предостережение [7, 399]. Судьба журнала была уже предрешена самим Некрасовым: «Существование журнала с двумя предостережениями немыслимо, подобно существованию человека с пораженными легкими, – писал Некрасов М. П. Щербинину в декабре 1865 года, – <...> На ликвидацию мне необходим следующий год, который во всяком случае будет последним годом существования «Современника» под моею редакциею. Итак, цель издания «Современника» в следующем году – единственно хозяйственная. Уже самая эта цель обязывает меня действовать со всевозможной осторожностью... <...> ибо я не владелец «Современника», а только арендатор его, обязанный в случае запрещения журнала заплатить владельцу его 8 500 р. с.» [8, 33–34].

Версии об «осторожничанье» Некрасова, однако, противоречит факт знакомства с поэмой и вполне лояльного отношения к ней В. Я. Фукса – цензурного чиновника, члена совета министерства внутренних дел, по словам которого, Некрасов должен был читать у него «новую свою вещь “Кто ныне счастлив на Руси?”», вещь тем более замечательную, что она написана в хорошем духе» [6, 103]. Одобрение цензора в апреле 1866 года заставляет усомниться в том, что дальнейшее промедление с публикацией было вынужденным: публичное чтение в те годы заменяло «предварительное рассмотрение» и было известной гарантией того, что книга не попадет под «ножницы» карательной цензуры [19].

Между тем первый перерыв в печатании поэмы не заставил ждать реакции критиков. Уже в октябре 1866 года автор Воскресного фельетона «Наше житье-бытье» написал: «Великий “народный” наш поэт, Николай Некрасов, хотел было решить вопрос, кому на Руси жить хорошо, но, нагородив страниц с шестнадцать удивительной белиберды и бесцеремонно прибавив “продолжение будет”, вдруг, не решив вопроса, исчез и оставил Русь с загадкой относительно того, кому на Руси жить хорошо» [9, 482]. В следующем году в 340 номере газеты «Голос» появляется объявление «Об издании “Отечественных записок” в 1868 году», в перечне материалов – поэма «Кому на Руси жить хорошо». Казалось бы, вот-вот читатели увидят продолжение поэмы, но первые три главы появятся в печати только в начале 1869 года.

И если нет оснований сомневаться в том, что первые два года перерыва в публикации поэмы обусловлены внелитературными проблемами, то зачем понадобился еще один год, прежде чем автор решился печатать давно готовые первые главы поэмы «Поп», «Сельская ярмонка» и «Пьяная ночь»? Кроме того, чем объяснить «неторопливость» Некрасова в отношении дальнейшей публикации частей? Зачем нужно ждать еще год, прежде чем начать готовить к журнальной публикации давно написанные осталь-

ные главы первой части «Счастливые» и «Помещик»? Сведений о «цензурных последствиях» для публикации глав «Счастливые» и «Помещик» мы не находим. Если допустить, что Некрасов в течение года перерабатывает раннюю редакцию этих глав, то остается неоправданной дата, указанная в конце журнальной публикации «Помещика» – 1865 год.

Следующий трехгодичный перерыв еще более немотивирован, если принимать во внимание только «осторожничанье» автора в цензурном отношении. За полгода до вопроса Размахнина о судьбе поэмы М. Е. Салтыков-Щедрин жаловался А. М. Жемчужникову на Некрасова: «Я вопрошал Некрасова насчет продолжения “Кому на Руси”, но сей празднующий муж только улыбается...» (25 ноября 1870) [4, 210]. Между тем сюжет новой главы – «Поседыш» – сформировался не позднее 1869 года [3, 644], но поэт пишет ее только в 1872 году. По-видимому, поэт совсем не торопится выпустить следующую часть поэмы и не боится за ее выпуск в цензурном плане (ср. воспоминания о мучительных попытках пропустить через цензуру часть «Пир на весь мир» [10]). Итак, «Поседыш» появляется *через три года* с подстрочной сноской к словам «Часть вторая» «Первую часть смотри в “Отеч. зап.” 1869 года, №№ 1 и 2, и 1870: № 2. И в отдельном издании: “Стихотворения Н. Некрасова”, ч. V, 1873 г.» [3, 610].

Еще год разделяет части «Поседыш» и «Крестьянка». Установлено, что «Крестьянка» – ранний сюжетный замысел, который относится к 60-м гг., это самый начальный этап работы над поэмой [3, 651]. Через два месяца после выхода «Поседыша» Некрасов пишет Н. В. Гербелю (апрель 1873): «...в нынешнем году в “ОЗ” много стихотворных больших вещей было и имеется еще на остаток года: именно большая поэма Полонского, фантазия Островского и мои две главы “Кому на Руси жить хорошо”. Поэтому-то и принужден отказаться от “Паризины»» [11, 19]. Но «Крестьянка» выйдет только в начале следующего 1874 года.

Некрасов не мог не понимать, что за год или три читатель может забыть о том, что и как происходило в предыдущей части. Можно полагать, что у Некрасова как издателя, каждый раз идущего на риск, не было другого выхода, кроме как подождать и усмирить бдительность цензуры. Но тогда закономерен вопрос, зачем вообще нужно было начинать печатать отрывками поэму, написанную на злобу дня, если в дальнейшем все время «осторожничать». Тем более, что материала других писателей, согласно некрасовским письмам, в редакции «Отечественных записок» было достаточно [20].

Кроме того, журнал «Отечественные записки», в котором выходили все части поэмы (за исключением «Пролога»), в плане редакторской ответственности представлял далеко не то же самое, что «Современник». Предусмотрительный Некрасов взял

с А. А. Краевского подписку о том, «что он (Краевский. – Е. С.) как ответственный редактор отдаст в полное наше ведение и распоряжение часть журнала, предоставляя полную свободу нашей мысли, и будет заботиться о том, чтобы не было таких инцидентов, за которые цензура может задержать журнал» [12, 349].

Надо сказать, что во многочисленных проявлениях осторожности, сопровождающих историю публикации поэмы, не узнается азартный Некрасов – редактор радикальных журналов, каким его знали современники. Очень яркая характеристика в этом плане дана, например, А. М. Скабичевским: «Когда Некрасову удавалось отстоять журнал, провести какую-нибудь статью, печатание которой казалось с первого взгляда немыслимым риском, он радовался и ликовал совершенно так же, как и в то время, когда ему удавалось подстрелить большого лося или уложить медведя» [16, 451-452]. В подтверждение особых отношений Некрасова с цензурой приведем высказывание одного из сотрудников «Отечественных записок»: «В качестве “практического человека”, опытного редактора и поэта, пользовавшегося особым уважением и в цензуре, Н. А. удавалось сохранять журнал большею частью неприкосновенным» [16, 492-493].

Таким образом, традиционных объяснений разорванной во времени публикации поэмы «Кому на Руси жить хорошо» недостаточно. Совершенно очевидно, что причин промедления в издании частей поэмы могло быть и больше. Но регулярность временных разрывов в публикации и сопутствующие ей обстоятельства наводят на размышления о том, что в вопросе способа публикации поэмы нельзя игнорировать волю автора-издателя, задающего способ восприятия текста определенным способом его публикации.

Какой характер принимает поэма на выходе к читателю? После трехгодичного перерыва, предваряющего появление «Поседыша», читатель, скорее всего, не особенно удивляется, когда и «Крестьянка» выходит с годовой задержкой. Более того, читательский горизонт ожидания, сформированный очередной частью поэмы, за время перерывов в публикации текста «деформируется»: причинно-следственная связь между предыдущей (опубликованной) и последующей (ожидаемой, неопубликованной) частями поэмы ослабевает. Поэтому каждый раз читатель вынужден перестраиваться (или «перенастраиваться») в восприятии текста; заново открывать для себя текст, и тот же, и совершенно новый. При этом вопрос о том, какая из предыдущих частей была прочитана последней, а также – была ли она прочитана вообще – оказывается не столь важным. Относительно автономные фрагменты поэмы не складываются в однолинейное целое уже при первой публикации.

Становление корпуса текста происходит медленно и будто вопреки желанию читателя. В этом плане слова «не успел» в отношении незавершенности Некрасовым своей поэмы выглядят недостаточно убедительными, мало что объясняющими. Учитывая длительность истории публикации, можно предположить, что Некрасов и не стремился «успевать». Исключением в этой истории является глава «Пир на весь мир», к которой Некрасов возвращается, будучи смертельно больным, чтобы придать тексту хотя бы условное завершение, «когда уже было ясно, что реализовать весь замысел в его полном объеме не удастся» [13, 133].

Если журнальная публикация глав оказывается разорванной во времени, то в собрании стихотворений 1874 года обращает на себя внимание особого рода выделенность фрагментов: «Последыш» в этом издании обретает подзаголовок «из второй части», которого не было при первой публикации, глава «Крестьянка» сохраняет прежний подзаголовок «из третьей части». В наборной рукописи позиция части «Пир на весь мир» была обозначена так: «Из второй части “Кому на Руси жить хорошо”...». Эти обозначения в последней некрасовской поэме традиционно рассматриваются как указания на возможность в будущем каких-либо дополнений, включений. Б. Я. Бухштаб замечал, что «если бы Некрасов рассматривал “Последыша” как 2-ю часть поэмы, а “Крестьянку” как 3-ю часть, он бы, очевидно, и снабдил их надзаголовками “Часть 2-я”, “Часть 3-я”, а не подзаголовками “из 2-й части”, “из 3-й части”, извещая такими подзаголовками читателя о том, что перед нами не части, а только части частей, отрезки или фрагменты» [14, 33]. Поэтому конструктивный принцип, заданный и способом первой публикации, и внешними редакторскими пометами в отдельном издании «Части первой», «Последыша» и «Крестьянки», предполагает достаточную свободу связей между частями поэмы.

Ощутимые интервалы в первой публикации (1866–1874), особого рода выделенность глав в издании стихотворений 1874 года и отсутствие указаний о месте главы «Крестьянка» после написания «Пира на весь мир» – все это сообщает фрагментам поэмы некоторую позиционную неустойчивость. Читателю предоставляется возможность самостоятельно соединить фрагменты в им самим создаваемое «целое». При такой читательской установке оказываются нерелевантными вопросы о том, в каком порядке нужно читать поэму и какой частью она завершается – «Крестьянкой» или «Пиром на весь мир». Вариантов финала некрасовской поэмы два: один из них – притча, рассказанная Матреной Тимофеевной, о потерянных ключах от счастья женского; другой – песня Григория Добросклонова о воплотившемся народном счастье.

Сама возможность размыкания и перестановки

частей поэмы, в результате которой так или иначе образуются разные сюжеты, отменяет линейность некрасовского текста, демонстрирует «свободную композицию» произведения [15, 423], части которого «нельзя приладить друг к другу» [14, 33] единственно правильным способом.

Итак, Некрасов печатает «Часть первую», главы «Последыш» и «Крестьянка» в продолжение восьми лет, неравными «порциями», с неравными временными интервалами.

Поэма «Кому на Руси жить хорошо» выходит в свет по мере воплощения замысла и не без цензурных сложностей. Однако ряд сопутствующих изданию поэмы обстоятельств, освещенных в данной статье, говорит о том, что осмысление факта «разорванной», растянутой во времени публикации поэмы невозможно вне учета издательской прагматики самого Некрасова. Возможно, именно «поэма в отрывках» была «осью» замысла поэта, особенно в первые восемь лет публикации. В этом случае фрагментарность поэмы может рассматриваться как художественное задание Некрасова, организующего – с помощью особой издательской стратегии – особый способ читательского восприятия всего текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Макеев М. С. Николай Некрасов: поэт и предприниматель: (очерки о взаимодействии лит. и экономики) / М. С. Макеев. – М.: МАКС Пресс, 2009.
2. Материалы для характеристики современной русской литературы. 1. Литературное объяснение с Н. А. Некрасовым М. А. Антоновича. 2. Post-scriptum. Содержание и программа «Отечественных записок» за прошлый год. Ю. Г. Жуковского / М. А. Антонович, Ю. Г. Жуковский. – СПб.: тип. А. М. Котомина, 1869. – [2], 197 с.
3. Некрасов Н. А. Полн. собр. соч. и писем: в 15-ти т. / Н. А. Некрасов. – Л.; СПб.: Наука, 1981–2000. – Т. 5. – 686, [2] с.
4. Летопись жизни и творчества Н. А. Некрасова, 1821–1877: в 3 т. / [Рос. акад. наук, Ин-т рус. лит. (Пушк. Дом); сост.: О. Б. Алексеева и др.; отв. ред. Б. В. Мельгунов]. – Т. 3: 1867–1877 / [сост.: А. М. Березкин и др.]. – СПб.: Наука, 2009. – 704, [1] с.
5. Чернышевский Н. Г. Собрание сочинений: в 5 т. / Н. Г. Чернышевский; сост. Ю. С. Мелентьев; под общ. ред. Ю. С. Мелентьев. – М.: Правда, 1974. – Т. 3. – 511 с.
6. Теплинский М. В. Некрасов в апреле 1866 года / М. В. Теплинский // Русская литература. 1972. №1. – С. 102–104.
7. Некрасов Н. А. Полн. собр. соч. и писем в 15-ти т. / Н. А. Некрасов. – Л.; СПб.: Наука, 1981–2000. – Т. 2. – 447, [1] с.
8. Некрасов Н. А. Полн. собр. соч. и писем в 15-ти т. / Н. А. Некрасов. – Л.; СПб.: Наука, 1981–2000. – Т. 15. Кн. 1. – 350, [2] с.
9. Летопись жизни и творчества Н. А. Некрасова, 1821–1877: в 3 т. / [Рос. акад. наук, Ин-т рус. лит. (Пушк.

Дом); отв. ред. Б. В. Мельгунов]. – Т. 2: 1856–1866 / [сост.: А. М. Березкин и др.]. – СПб.: Наука, 2007. – 554, [1] с.

10. Краснов Г. В. «Последние песни»: Работа о последних произведениях Н. А. Некрасова / Г. В. Краснов. – М.: Книга, 1981.

11. Некрасов Н. А. Полн. собр. соч. и писем в 15-ти т. / Н. А. Некрасов. – Л.; СПб.: Наука, 1981–2000. – Т. 15. Кн. 2. – 638, [2] с.

12. Елисеев Г. З. Переход «Отечественных записок» в руки Некрасова / Г. З. Елисеев // Антонович М. А. Шестидесятые годы: воспоминания / М. А. Антонович, Г. З. Елисеев; вступ. ст. В. Е. Евгеньев-Максимов; вступ. ст. Г. Ф. Тизенгаузен; коммент. Г. Ф. Тизенгаузен, В. Е. Евгеньев-Максимов. – М.; Л.: Academia, 1933. – С. 344–364.

13. Гин, М. М. Незавершенные произведения Некрасова / М. М. Гин // Вопросы литературы. №7, 1984. – С. 109–134.

14. Бухштаб Б. Я. О конструкции поэмы Некрасова «Кому на Руси жить хорошо» / Б. Я. Бухштаб // Жанр и композиция литературного произведения: Межвуз. сб. – Петрозаводск, 1981. – С. 25–40.

15. Теплинский М. В. Наследие Некрасова и вопросы развития советской поэмы / М. В. Теплинский // Некрасов и литература народов Советского Союза. – Ереван: Изд-во Ереванск. ун-та, 1972. – С. 418–435.

16. Цит. по: Н. А. Некрасов в воспоминаниях и документах / Сост. Е. М. Иссерлин; сост. Т. Ю. Хмельницкая; под ред. Ю. Г. Оксмана. – Л.: Academia, 1930. – 600 с.

17. При публикации 1874 года «Крестьянка» имела подзаголовок: «Из третьей части...». В наборной рукописи

1876 года глава «Пир на весь мир» сопровождалась примечанием: «Из второй части “Кому на Руси жить хорошо”. Настоящая глава следует за главою “Последыш”, помещенною в “Отечественных записках” 1873 г. № 2...». Однако в помете 1876 года Некрасов не оставил указаний о месте главы «Крестьянка» после композиционной перестройки, связанной с написанием «Пира». В истории издания это послужило поводом для последующего перемещения «Крестьянки» из финала в позицию после «Части первой», или в позицию между частями «Последыш» и «Пир на весь мир» [3, 609–610].

18. Цит. по: Литературное наследство. – М.: Издательство Академии Наук СССР, 1949, т. 53–54. – 635, [9] с.

19. Согласно закону о печати 1865 года, предварительная цензура для ряда изданий была заменена карательной: публикуемые материалы не встречали цензурных препятствий, но зачастую сказывались цензурные «последствия», которые нужно было предугадывать авторам и редакторам, ответственным за публикацию. Необходимость внутренней цензуры и проблемы, возникающие в связи с новым законом, не раз были отражены Некрасовым в стихах:

... закон о печати
запрещеньем журналу грозит,
если слово обронишь некстати! [7, 244]

20. См. например письмо Некрасова Н. В. Бергуот 12 февраля 1873 года: «В конце года начинать “Тадеуша” было невозможно – надо было кончать прежде начатые вещи; на 1 и 2 книгу “От. Зап.”. У меня стихов было много – мои две вещи и комедия (в стихах же) Островского» [11, 10].

Институт филологии, массовой информации и психологии Новосибирского государственного педагогического университета

Саженина Е. В., аспирант кафедры русской литературы и теории литературы

E-mail: katerinasazhenina@yandex.ru

Institute of Philology, Media and Psychology of the Novosibirsk State Pedagogical University

Sazhenina E. V., Post-graduate Student of the Russian Literature and Literary Theory Department

E-mail: katerinasazhenina@yandex.ru

УПОРЯДОЧЕННОСТЬ ЛОНДОНА И ВОРТИЦИЗМ. ВИЗУАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ТЕКСТОВ О ЛОНДОНЕ

А. В. Соснин

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
(Н. Новгород)*

Поступила в редакцию 5 декабря 2013 г.

Аннотация: в статье анализируется место Лондона в концепции вортицизма, одного из течений английского авангарда, рассматриваются созданные вортицистами тексты о Лондоне – как вербальные, так и визуальные или иконические, – демонстрируется их неразрывное единство в рамках представления британской столицы как геометрически упорядоченного пространства. Статья выполнена в русле проводимого автором исследования лондонского текста английской литературы.
Ключевые слова: Лондон, вортицизм, английский авангардизм, общая семиотика, лондонский текст.

Abstract: examined in the article is the place of London in the conception of Vorticism, one of the English avant-garde movements. The article also considers the Vorticist texts about London, both verbal and iconic or visual, and demonstrates that the two types are inseparable from each other in the representation of the British capital as a regular and geometrically arranged space. The article has been written within the scope of the author's broader studies of the London text of the English literature.

Key words: London, Vorticism, English avant-garde, general semiotics, London text.

В английской литературной традиции Лондон традиционно концептуализируется как крайне запутанное пространство, лабиринт¹. Это связано с тем, что британская столица никогда не строилась по единому плану, всегда отличалась крайней хаотичностью застройки, а проекты по ее благоустройству неизбежно проваливались². Однако в литера-

туре все-таки были попытки представить Лондон как упорядоченное пространство.

Холодный и геометрически организованный Лондон занимает значительное место в концепции вортицизма (*vorticism* – от *vortex* вихрь, водоворот) – одного из течений английского авангарда начала XX века, которое представляет собой синтез кубизма, футуризма и экспрессионизма³. Вортицисты также сочетали авангард с неоклассицизмом: отказ от традиции в их цели не входил, и они искали стабильность в водовороте перемен [1, 299–300]. Функцию такого стабилизационного центра в вихре действительности призван выполнять современный город, в частности Лондон⁴. Так, в манифесте вортицистов говорится, что источником вдохновения для современного художника служат всевозможные проявле-

¹ Вот литературные контексты из разных эпох, в которых Лондон концептуализируется как лабиринт: «...London is hereby rendered a Labyrinth in its principal passages» [14, с. 20]; «It is the disaster of London <...> that it thus stretched out in buildings <...> and this has spread the face of it in a most straggling, confused manner; out of all shape» [15]; «the mighty labyrinths of London» [16]; «... the sight of its tangled streets is like surveying an interminable labyrinth, which is without beginning and without end» [17]; «... every step in London but leads deeper and deeper into the labyrinth» [18]; «the apparent chaos of London streets and alleys» [19, с. 26].

² Известно, что, например, после Великого пожара, который уничтожил в 1666 г. большую часть Лондона, были разработаны планы его реконструкции, среди которых отличались геометрически упорядоченные проекты архитектора Кристофера Рена и урбаниста-любителя Джона Ивлина. Однако ни один из них не был и не мог быть претворен в жизнь. Город восстал из пепла, повторяя свою древнюю топографию и следуя своим собственным, неподвластным логическому планированию законам. Даже в XX в., после Второй мировой войны, в британской столице не удалось осуществить планы по рационализации дорожного сообщения. Будучи саморегулирующимся

организмом, Лондон не меняет свой характер еще со времен Тюдоров, когда не были выполнены первые указы о городском планировании.

³ Некоторые принципы вортицизма, этого течения английского авангарда, были изложены игравшим в нем одну из центральных ролей поэтом-модернистом Эзрой Паундом в книге о работах скульптора-вортициста Генри Годье-Бржезки, которая вышла в 1916 г. Здесь Паунд пишет о единых принципах, на которых строится эстетика авангарда в литературе, живописи, скульптуре и музыке. Главное для него – это наличие некой первоначальной энергии и формы, которая затем воплощается в слове, цвете, образе, звуке [20, с. 521].

⁴ При этом стабилизационным центром в вихре людских мыслей является художник.

ния города: «машины и механизмы, фабрики и мосты, новые и функциональные здания» [2, 340]. Основатель вортицизма писатель и художник Уиндем Льюис всегда рассматривал искусство в лондонской перспективе, а подход к всемирной культуре и истории был им намеренно субъективирован и сделан исключительно «лондонским».

Одной из главных задач авторов «Бласта» было создание чисто английской разновидности европейского авангарда, поскольку, несмотря на первоначальный союз с итальянским футуризмом и его основателем Филиппо Маринетти, вортицисты впоследствии решительно с ними порвали. Хотя сначала «Бласт» и задумывался как кубистский, футуристский, имажистский журнал, в открытом письме в газету «Обсервер», в котором, кстати, слово «вортицизм» не фигурировало, У. Льюис и его последователи особо подчеркнули, что любой намек на их связь с футуризмом Маринетти они сочтут за оскорбление. В одном из напечатанных в «Бласте» манифестов вортицисты заявили, что их движение призвано удовлетворить потребность в искусстве жителей не «романского», а более «северного» климата, а это ведет воображение к «мистицизму, безумию и утонченности, свойственным северу»⁵ [3, 37]. Лондон был для вортицистов очень важным символом как город монументальный, северный⁶, а также классически упорядоченный и геометрически правильный с кубистской точки зрения.

«Бласт» открывается следующими словами: «Да здравствует великий водоворот искусства, закружившийся в центре этого города!» [4, 7] – что свидетельствует о том, что вортицизм был заведомо сосредоточен в английской столице и ее окрестностях. Даже список проклятий и благословений (*BLASTs and BLESSes*) в журнале относится к конкретным проявлениям лондонской жизни (например, «Curse <...> Victorian vampire, the London cloud that sucks the town's heart» [5, 11]). Таким образом, в первом номере «Бласта» было заявлено, что вортицизм – это исключительно английское, даже лондонское течение. В журнал также вошли многочисленные упоминания и шутки о Лондоне.

В репродукциях и литературных произведениях, включенных во второй и последний номер «Бласта», который вышел в 1915 г., город как таковой и Лондон в частности по-прежнему играют очень важную роль. Ряд рисунков и репродукций картин на тему города открывает «Гайд-Парк» Этчеллса⁷. За ним следуют

изображения других городских ландшафтов, некоторые из которых допускают самые различные толкования, в том числе урбанистские пейзажи самого Льюиса. Эти работы послужат основой для его картины «Красный дуэт» (1914).

Вортицисты всегда противопоставляли холодные и строгие здания и улицы Лондона с их геометрической упорядоченностью шуму и толкотне людского потока, темпераментной толпе. Это находит отражение в вошедшем во второй «Бласт» коротком рассказе английской художницы-фовистки и писательницы Джессики Дисморр под названием «Июньский вечер». В нем описывается встреча рассказчицы с неким Роденго, молодым человеком романского типа, который, как и Маринетти, критикуется за романтический темперамент. Они едут в переполненном автобусе из пригородов мимо Риджентс-Парка. Рассказчице быстро наскучивает ее попутчик, чья «температура всегда выше 36,9°C» [6, 67] и который толкает ее в переполненном автобусе. Прежде чем они достигают места назначения, она сбегает, поддавшись очарованию пустых улиц и площадей вблизи Риджентс-Парка с их холодной регулярностью и классицизмом. Дисморр описывает их следующим образом: «В своей безупречности они словно высечены из лунного света. Они сама сдержанность. Присутствие этих больших прямоугольных сущностей служит лучшим утешением. Я пытаюсь постичь философию неодушевленного, мне передаются эмоции от геометрических форм» [Op. cit., с. 68]. Противопоставление разогретой толпы строгим зданиям и улицам типично для вортицистского письма. Шуму и толкотне людского потока предпочитается «кубистская упорядоченность» зданий и мостовых [7, 1034]. Здесь очевидны аналогии с «написанным в окопах» манифестом скульптора Генри Годье-Бржески «Водоворот»⁸, в котором он заявляет: «I SHALL DERIVE MY EMOTIONS SOLELY FROM THE ARRANGEMENT OF SURFACES, I shall present my emotions by the ARRANGEMENT OF MY SURFACES, THE PLANES AND LINES BY WHICH THEY ARE DEFINED» [8, 34].

Сходным образом сконструированы и «Лондонские заметки» Дисморр: визуальные, даже пластические образы ее прозы идеально дополняют упомянутый рисунок Этчеллса: «HYDE PARK. Ordinary, gigantic figures with an imposing motion walk across the scorched expanse of grass, tiny London houses <...> herd at their heels» [9, 66].

Дисморр ведет читателя по Британскому музею («gigantic cubes of iron rock», «ranks of black columns of immense weight and immobility» [Ibid.]) и Круглому

⁵ Здесь и далее перевод мой – А. С.

⁶ Англичане склонны считать свою столицу северным городом: так, в поэме «Чудесный год» Джон Драйден называет Лондон «empress of the northern clime» [21].

⁷ Фредерик Этчеллс (1886–1973), английский художник; первоначально – участник студии декоративного искусства «Омега» (Omega Workshop), основанной членами кружка «Блумсбери» в 1913 г.

⁸ Годье-Бржеска погиб во Франции в возрасте всего 23 лет незадолго до выхода второго номера «Бласта», поэтому за его манифестом в журнале сразу же следует некролог, в котором отмечается, что он дважды был повышен в звании за храбрость.

читальному залу⁹ («This colossal globe of achievement presses upon two hundred cosmopolitan foreheads, respectfully inclined» [Ibid.]), потом по оживленной Пиккадилли («The embankment of brick and stone is fancifully devised» [Ibid.]) с яркими рекламными щитами, лесами на зданиях и витринами магазинов с манекенами и, наконец, по Флит-стрит с нагромождением на ней домов, вывесок и рекламных плакатов. Дисморр восхищается множеством линий перспективы: «сходящимися, расходящимися и, без сомнения, ведущими к чему-то важному за пределами взгляда» [Ibid.]. Автор выступает здесь прежде всего как художник и выстраивает визуальную композицию сцен, которые оформляются как мгновенные снимки.

Важный противовес упорядоченному кубистскому городу в рассказе являет собой движущаяся масса возбужденных людей на Флит-Стрит – весьма футуристский образ: «A dark, turbulent stream struggles along...»¹⁰ [Ibid.]. Действительно, без человеческого фактора, который вмешивается в регулярность бездушных конструкций, не обходится. Поток людей и машин органически вписывается в концепцию города Дисморр, особенно в противопоставлении с «домами, скученными, как книги на полке».

Словно иллюстрация к «Лондонским заметкам» Дисморр задумана картина Льюиса «Толпа» (*The Crowd*, 1915), очень яркое и наглядное изображение города. Здания и улицы здесь, без сомнения, изображены в кубистском стиле, также как и толпы людей, однако в последних чувствуется энергия и движение, которые так стремились отражать в своих картинах футуристы. Льюису удалось сбалансировать разгоряченный характер толпы и ее романтическую эмоциональность с холодной классической строгостью зданий. Однако кажется, что регулярные, стандартизированные и деперсонализированные аспекты города в чем-то передались и толпе с ее коллективным сознанием, в котором теряется индивидуальная мысль. На улицах города происходит что-то вроде революции за идеалы демократии, независимости и личной свободы, но это не совсем соответствует представлению людей как фигурок, едва различимых в общей массе и состоящих из прямоугольников и линий.

В качестве пространного комментария к картине Льюиса выступает опубликованный во втором

«Бласте» фрагмент его незаконченного повествования под названием «Хозяин толпы». Действие происходит в июле 1914 г. в Лондоне, как раз перед началом войны. Фрагмент открывается следующим описанием: «ТОЛПА. Завораживающее зрелище. Людское море огибает Адмиралтейство. Оно все поднимается, как во время холодного ночного прилива. Всеобщее возбуждение...» [10, 94]. Льюиса прежде всего интересует поведение толпы. Место и время действия имеют большое значение, поскольку, во-первых, фоном для повествования выступают узнаваемые районы Лондона, а во-вторых, надвигающаяся война дает толпе футуристскую энергию и общую цель. Как отмечает Льюис, «собрание людей в толпы – это начало мобилизации в стране»¹⁰ [Ibid.], и его интересует именно эта роль толпы, поскольку он пытается понять, как масса людей на улицах городов в какой-то стране поднимается на войну с другой страной, в городах которой мобилизуется своя толпа. Льюис заключает, что войны начинаются из-за того, что «огромные людские массы навеки погребены в городе»¹¹ [Ibid.]. Для него толпа представляет собой состояние, обратное миру. Энергия толпы означает войну, а смерть – это тоже лишь «форма толпы», это «такое же поражение» [Ibid.]. Присоединиться к толпе – значит потерять свою индивидуальность и пожертвовать уединением и миром ради безумной энергии и воодушевления людской массы. Крики толпы напоминают раскаты от взрывов снарядов, и в них слышится слово «война». Лондонская толпа идет к войне со слепой щенячьей радостью. Поразительно, с какой силой в толпе утверждается коллективное и механическое, и в этом – футуристский марш к полному уничтожению. Выбора не остается, поскольку мобилизация страны оказывается завершенной до начала войны. Толпа привлекает всех своей энергией, но каждый индивид дорого платит за это, жертвуя своей уникальностью. Однако, по Льюису, это в какой-то мере компенсируется тем, что «уверенность в общности чувств со всеми другими людьми служит величайшим облегчением» [Op. cit., с. 95].

Обратимся к другой части «Мастера толпы», которая бы вошла в третий номер «Бласта», если бы тот был издан, и которую Льюис включил в автобиографическую книгу «Blasting and Bombardiering»

⁹ Круглый читальный зал библиотеки в Британском музее был оборудован в 1857 г., когда над открытым внутренним двором музея был возведен огромный купол.

¹⁰ В статье У. Льюиса «Обзор современного искусства», вошедшей во второй «Бласт», вортицизм помещается в нишу между холодной и отчужденной техникой кубистов («too inactive and uninventive for our northern climates» [22, с. 41]) и чрезмерной вовлеченностью, свойственной футуристам, которые никогда не могут уйти от страстей и увлечений толпы и становятся заложниками своей одержимости механистическим действием.

¹¹ В английской литературной и публицистической традиции Лондон нередко сравнивается с могилой, со склепом, что связано с его концептуализацией как бездушной громады, подавляющей человеческую личность, а также с мотивом безысходности и тоски. Ср. следующие контексты: «... at night <...> a dead, sepulchral silence seems to reign in London» [23]; «The City is of Night; perchance of Death <...> What men are they who haunt these fatal glooms, / And fill their living mouths with dust of death, / And make their habitations in the tombs» [24]; «the vast City was rendered one huge sepulchre, as it were, peopled by ghosts and ghouls» [25].

в 1937 г. В этом повествовании рассказчик, которого зовут Кэнтлмэн (герой некоторых других произведений Льюиса), ныряет в самую гущу толпы в центре Лондона, чтобы ее исследовать и почувствовать исходящие от нее эмоции. Он обнаруживает, что они как электричество, которое бесцельно течет от одного индивида к другому, когда они сливаются с группой. Кэнтлмэн описывает себя как медиума, пытающегося истолковывать послания людей, которые распространяются по толпе, однако не может уловить смысла. Тогда он пытается понять настроение толпы, действовать в соответствии с ее настроением: «He sank in the crowd like a diver. He disposed his body in a certain way, slouched heavily along, fixed his eyes ahead of him. Soon he had become an entranced medium» [11, 81]. И вдруг, как электрический шок, он получает ясное сообщение, исходящее от коллективного сознания толпы, от «мозговой деятельности этой медузы». Это послание описывается как «that married feeling, when a single man experiences sensation of married state. The Family. The Crowd» [Ibid.]. Кэнтлмэн, сам холостяк, неожиданно испытывает чувство связности, причастности, начертанное толпой на *его чистом сознании*, с которым он к ней присоединился. Охваченный этим чувством, Кэнтлмэн заходит в паб, чтобы записать свои ощущения. Вернувшись в толпу, он, к своему разочарованию, не может восстановить с ней связь, и к нему возвращается чувство отчуждения и отстраненности: «He felt more and more solitary. Then free – *single*; and so divorced» [Op. cit., c. 82]. Забравшись на постамент Колонны Нельсона на Трафальгарской площади, он чувствует большую связь с холодным камнем, нежели с бескрайним людским озером, его окружающим. Кэнтлмэн начинает общаться с духом лорда Нельсона через его статую, и вскоре у него возникает ощущение, которое он называет неожиданной похотью («immediate bawdiness» [Ibid.]), поскольку к нему является видение леди Гамильтон, одетой в купальный костюм¹². В результате Кэнтлмэн разочаровывается в толпе, поскольку она не смогла вызвать у него никаких чувств, и он заключает: «Английская толпа – это глупое чудовище. Выпускать его на волю нельзя!» [Op. cit. 83]

Разочарование Кэнтлмэна разделяет и сам Льюис, хотя их обоих первоначально и влекло любопытство к толпе. Однако следует отметить, что здесь первостепенную важность представляло именно ожидание героем того, что единение с духом толпы будет возможно и что оно приведет к пониманию

¹² Герой Льюиса, очевидно, ощущает причастность к пространству Лондона и истории Англии (в какой бы то ни было форме): вот актуализация составляющих английскости! «She [Lady Hamilton] was Britannia. <...> England expects every man to <...> sleep with Lady Hamilton, apparently» [11, c. 82].

коллективного бессознательного Лондона. Это ожидание не оправдывается, и, описывая свой собственный опыт через восприятие Кэнтлмэна (в чем он признается позже), Льюис в конце концов обнаруживает, что человеческие эмоции ему лучше передаются от скульптуры, от строгих линий и геометрических форм высеченного памятника, чем от потока живых людей. Здесь заключен смысл названия «Хозяин толпы»: это тот, кто остается хозяином себя в обезличивающей людской массе. В этом и философия вортицизма: признавать поток и вихревое движение человеческой жизни, но с позиции отчуждения и изоляции, основанной на кубистской трактовке современного города. Художник-вортицист способен адекватно воспроизвести послание, исходящее от общественного сознания, но он не теряет своей идентичности в массах. Недостаток же кубистов, по Льюису, в том, что они вообще не хотят участвовать в жизни городских улиц, а футуристов – в их ассимиляции с толпой, что ведет к тому, что они теряют голову и больше не являются «хозяевами» себя и, тем более, своего искусства. Герой повествования Льюиса – это идеальный вортицист: он судит о чаяниях толпы на основе собственного опыта, что позволяет ему достоверно воспроизводить их на бумаге или холсте, но он никогда не теряет контроля над степенью своей вовлеченности в водоворот людских масс.

Итак, в представленных текстах о Лондоне очевидно неразрывное единство вербального и невербального, визуального. Это возможно за счет того, что зрительный образ может рассматриваться как текст на особом языке, в основе которого, в отличие от условных знаков языка словесного искусства, лежат знаки иконические, изобразительные¹³. Один из ведущих исследователей проблем семиотики искусства К. Леви-Строс писал, что «тенденция к преодолению противоречия между чувственным и понятийным способствует тому, что условные иконические знаки в литературе позволяют передать до тончайших нюансов все разнообразие чувственного опыта» [12, 22], а выдающийся представитель философской герменевтики П. Рикер отмечал, что иконичность включает вербальный аспект [13, 444].

Таким образом, в составе лондонского текста – глобального надтекстового единства – наличествуют смысловые компоненты, формируемые невербально. В рамках общего семиотического подхода понятие чтения применяется для описания взаимо-

¹³ Тем не менее, в работе «Основы общей лингвистики» структуралист Андре Мартине различает языковую и зрительную системы, уточняя то, что отмечалось еще Ф. де Соссюром. По Мартине, вербальные сообщения имеют линейный характер, а зрительная коммуникация не линейна, а двумерна, поскольку человек, смотрящий на картину, получает от нее целостное впечатление, постигает ее целиком [26, с. 192].

действия с самыми различными знаковыми системами, а неязыковая знаковая последовательность – визуальная или звуковая – может рассматриваться как текст. Это позволяет «примирить» «чистое языкознание» с литературоведением и «вторичными моделирующими системами».

ЛИТЕРАТУРА

1. Beckson K., Ganz A. Vorticism // *Literary Terms: A Dictionary*. Third Edition / K. Beckson, A. Ganz. – New York : A division of Farrar, Straus and Giroux, 1994. – Pp 209–300.
2. Michael W. Wyndham Lewis on Art / W. Michael. – New-York, 1969. – 298 p.
3. Lewis W. et al. Manifesto II // *Blast*, No. 1 / W. Lewis (ed.). – London : John Lane, The Bodley Head, 1914. – Pp. 30–44.
4. Lewis W. et al. Long Live the Vortex! // *Blast*, No. 1 / W. Lewis (ed.). – London: John Lane, The Bodley Head, 1914. – Pp. 7–8.
5. Lewis W. et al. Manifesto I (BLASTs and BLESSes) // *Blast*, No. 1 / W. Lewis (ed.). – London : John Lane, The Bodley Head, 1914. – Pp. 9–29.
6. Dismorr J. June Night // *Blast*, No. 2 (War Number) / W. Lewis (ed.). – London : John Lane, The Bodley Head, 1915. – Pp. 67–68.
7. Cuddon J.A. Vorticism // *A Dictionary of Literary Terms and Literary Theory*. Third Edition / J.A. Cuddon (ed.). – New-York : Blackwell Reference, 1993. – P. 1034.
8. Gaudier-Brzeska H. Vortex (written from the trenches) // *Blast*, No. 2 (War Number) / W. Lewis (ed.). – London: John Lane, The Bodley Head, 1915. – Pp. 33–34.
9. Dismorr J. London Notes // *Blast*, No. 2 (War Number) / W. Lewis (ed.). – London : John Lane, The Bodley Head, 1915. – P. 66.
10. Lewis W. The Crowd Master (First Part) // *Blast*, No. 2 (War Number) / W. Lewis (ed.). – London: John Lane, The Bodley Head, 1915. – Pp. 94–102.
11. Lewis W. The War-Crowds, 1914. The Crowd. London, July, 1914 // *Blasting and Bombardiering: An Autobiography* / W. Lewis. – London: Eyre & Spottiswoode, 1937. – Pp. 78–83.
12. Леви-Строс К. Мифологии. В 4-х тт. Том 1. Сырое и приготовленное / К. Леви-Строс. – М.-СПб. : Университетская книга, 1999. – 406 с.
13. Рикер П. Живая метафора / П. Рикер // *Теория метафоры* / Под ред. Н.Д. Арутюновой. – М.: Прогресс, 1990. – С. 435–455.
14. Evelyn J. Fumifugium: or The Inconveniencie of the Aer And Smoak of London Dissipated / J. Evelyn. – London : W. Godbid for Gabriel Bedel and Thomas Collins, 1661. – The Rota at the University of Exeter, 1976. – 56 p.
15. Defoe D. Letter V Containing A Description of the City of London, as Taking in the City of Westminster, Borough of Southward and the Buildings Circumjacent / D. Defoe // *A Tour thro' the Whole Island of Great Britain*. Vol. 1. – 1724. – https://archive.org/stream/tourthroughtthethew006736mbp/tourthroughtthethew006736mbp_djvu.txt
16. Quincey de, T. Confessions of an English Opium-Eater / T. de Quincey. – 1822. – <http://www.gutenberg.org/cache/epub/2040/pg2040.txt>
17. Krout M.H. Going Down to London (1895) / M.H. Krout // *A Looker-On in London*. – 1899. – <http://www.victorianlondon.org/publications2/lookeron.htm>
18. Machen A. The Hill of Dreams / A. Machen. – 1907. – <http://www.gutenberg.org/files/13969/13969-8.txt>
19. Ackroyd P. Hawksmoor / P. Ackroyd. – London : Hamish Hamilton, 1985. – 320 p.
20. Николюкин А. Н. Вортицизм // *Литературная энциклопедия терминов и понятий* / А. Н. Николюкин (сост.). – Рос. акад. наук. Ин-т науч. информ. по обществ. наукам. – М. : НПК «Интелвак», 2001. – С. 521.
21. Dryden J. Annus Mirabilis: The Year of Wonders. An Historical Poem / J. Dryden // *The Poetical Works*. Vol. I. – 1667. – <http://www.gutenberg.org/etext/11488>
22. Lewis W. A Review of Contemporary Art // *Blast*, No. 2 (War Number) / W. Lewis (ed.). – London: John Lane, The Bodley Head, 1915. – Pp. 38–47.
23. Manby Smith Ch. Twenty-Four Hours of London Streets / Ch. Manby Smith // *The Little World of London or Pictures in Little of London Life*. – 1857. – <http://www.victorianlondon.org/publications7/world-00.htm>
24. Thomson J. The City of Dreadful Night / J. Thomson – 1874. – <http://www.gutenberg.org/cache/epub/1238/pg1238.txt>
25. Ewing Ritchie J. Days and Nights in London or, Studies in Black and Gray / J. Ewing Ritchie. – 1880. – <http://www.gutenberg.org/files/36683/36683-0.txt>
26. Мартине А. Основы общей лингвистики / А. Мартине // Пер. с фр. В. Шеворошкина. – М.: «ЛИБРОКОМ», 2009. – 226 с.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Н. Новгород)

Соснин А. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков

E-mail: alexsosnin@mail.ru

National Research University «Higher School of Economics» (N. Novgorod)

Sosnin A. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Foreign Languages Department

E-mail: alexsosnin@mail.ru

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА КАК СФЕРА НЕЗНАНИЯ ПОДРОСТКОВ

Т. В. Тимошина

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 26 ноября 2013 г.

Аннотация: *проведено исследование индивидуальных значений слов в речи подростков. Показано, что употребление подростками общеизвестных слов в индивидуальных значениях во многих случаях можно рассматривать как индикатор их сферы незнания.*

Ключевые слова: *индивидуальное значение, агнонимы, когнитивная лингвистика.*

Abstract: *a study of the individual meanings of the words in the speech of teenagers is shown that the use of the well-known words of adolescents in individual meanings in many cases can be considered as an indicator of the scope of their ignorance.*

Key words: *individual meaning, agnonimy, cognitive linguistics.*

В современной лингвистике, в том числе когнитивной, все большее распространение получает антропоцентрический подход к языку, который акцентирует научный интерес к говорящему человеку, его знанию, пониманию и употреблению языка.

В частности, среди типов значения слова одним из самых интересных и в то же время наименее изученным остается **индивидуальное значение слова** – значение, присутствующее в индивидуальном сознании отдельного носителя языка.

Индивидуальное значение (в т. ч. ложное) может представлять собой:

- значение, выявленное экспериментально в сознании одного носителя языка;
- значение, фиксируемое в речи только одного человека (например, литературного персонажа);
- значение как результат контаминации значений, фиксируемое в речи отдельного носителя языка;
- значение общеупотребительного слова, не совпадающее с системным, фиксируемое в речи ребенка, подростка, взрослого человека;
- ложное представление о значении слова-агнонима;
- индивидуально-авторское значение слов в текстах писателей.

Индивидуальные значения (и у детей, и у взрослых) чаще всего связаны с непониманием, незнанием основного значения и приписыванием индивидуальным собственным значениям языковой единицы. Употребление подростками общеизвестных слов в индивидуальных значениях во многих случаях можно рассматривать как индикатор их сферы незнания.

Покажем сферу незнания подростков на примере проведенного эксперимента с целью выявить уровень знания воронежскими школьниками значений абстрактных слов (Языковое сознание жителей Воронежа 2010).

Учащимся школ г. Воронежа и Воронежской области было предложено дать толкование слов, содержащихся в опросных листах (метод лингвистического интервьюирования).

В ходе эксперимента были выявлены ложные значения исследуемых слов, существующие в языковом сознании старшеклассников. В зависимости от причин употребления общеизвестных слов в индивидуальных значениях можно выделить следующие **типы индивидуальных значений** в речи подростка:

– агнонимический:

Авторитет – человек с перспективным будущим
Бдительность – 1) самоуверенность; 2) орфографические навыки

Благородство – богатство

Интеллигентность – 1) хорошая легкая профессия, 2) способность делать все обдуманно и с расстановкой

Прогресс – выгода

Стимул – талисман

Хамство – лицемерие

Ханжество – 1) жадность; 2) нытье, попрошайничество; 3) высокомерие; 4) лень; 5) эгоизм

– фонетический:

Померкнуть – умереть (Далеко на севере померкла вся скотина)

Бдительность – мнительность

Ханжество – 1) невежество, 2) «ханство»

Верность – покорность

Нежность – осторожность

Молва – молитва

– ложно-этимологический:*Взаимопонимание* – понятливость*Порядочность* – умение поддерживать чистоту и порядок*Мировоззрение* – визуальное восприятие окружающей действительности*Личность* – лицо*Терпимость* – терпеливость*Культурность* – культура

В ходе эксперимента при выявлении ложных значений исследуемых слов, существующих в языковом сознании старшеклассников, выяснилось следующее.

Школьники нередко подменяют толкование значений слов *сопутствующими признаками и качествами* (глупость – неумение сдерживаться, грубость – невежество, искусство – красота, талант, интеллигентность – способность делать все обдуманно и с расстановкой), *следствиями* (культурность – умение производить хорошее впечатление на общество), *контекстуальными синонимами* (идеал – кумир, принципиальность – неуступчивость, ирония – издевательство, ложь – двуличность, скука – печаль, ум – развитый мозг), *оценочным толкованием* (интеллигентность – хорошая легкая профессия), при этом всегда есть некая «погрешность», неточность даже в приведении отдельных характеристик. Еще часть ошибок порождается *прецедентными ассоциациями* (ирония – судьба, равенство – свобода, глупость – случайное везение, т. к. «дуракам везет»), другая часть связана с *незнанием паронимов* (терпимость – терпеливость, взаимопонимание – понятливость, культурность – культура), просматривается влияние *ложных стереотипов* (грубость – мужественность, принципиальность – неуступчивость, вредность, строгость – справедливость).

При этом *метафорический* тип индивидуальных значений в речи подростков не представлен в материалах проведенного эксперимента (в то время как в детской речи достаточно распространен), что отчасти может свидетельствовать о невыраженности образно-метафорического речевого мышления у подростка, а отчасти объясняется низкой коммуникативной востребованностью у старшеклассников абстрактной лексики.

Как показал в свое время Л. С. Выготский, на каждом этапе развития ребенка слово, сохраняя одну и ту же предметную отнесенность, приобретает все новую и новую смысловую структуру, оно меняет и обогащает систему связей и обобщений, которые стоят за ним, что означает, что значение слова развивается. Вместе с тем Л. С. Выготский выявил, что в онтогенезе наблюдается также глубокое психологическое изменение значения слова, изменение его системного строения, т. е. что за значением слова на каждом этапе стоят различные психологические процессы (Выготский 1934).

Современное исследование агнонимов в онтогенезе – проблема новая и весьма перспективная. Так, в конце прошлого века в работе Н. И. Берсевой, Л. А. Дубровской и И. Г. Овчинниковой «Ассоциации детей от шести до десяти лет» представлен словарь детских ассоциаций. В числе стимулов в нем оказалось слово *изысканный*. На него были даны, наряду с нормативными (*красивый, вкус, костюм, дом, аромат*), следующие реакции, свидетельствующие о явной агнонимичности слова: *друг, искать, человек, кот, мальчик, пес, найденный, карандаш, зверь, розыск, щенок, изыскание, ищет, нашел, нашла, отгадка, непонятно, потерянный, преступник, таракан* (Берсева, Дубровская, Овчинникова 1995). Очевидно, что непонятость слова большинством испытуемых объясняется ложными семантическими связями со словом *изыскать* и его синонимами *отыскать* и *найти*.

Агнонимы характеризуют словарный запас личности в каждый конкретный момент ее развития. Их количество уменьшается с ростом образовательного потенциала человека.

Интересный материал для понимания природы индивидуальных значений поставляют психолингвистические эксперименты.

В результате проведенного свободного ассоциативного эксперимента с 200-ми старшеклассниками лица № 7 гор. Воронежа были сформированы ассоциативные поля ряда слов-стимулов, подвергнутые далее семантической интерпретации. Некоторые типы ассоциативных реакций вызывали особые трудности в ходе семной интерпретации. Например:

Индиго – пряность 2, анаконда, лук, огонь, фиолетовая луна 1

Креативный – веселый, педант, странный, харизматичный 1

Толерантность – тоталитарный 1.

Жлоб – болото, лужа 1

Позитив – оранжевый, фан 1

Искусство – спорт 1

Растяпа – дровосек, приют 1

Слабак – белый, врун 1

Слюнтяй – высокий 1

Интеллигент – древний, правша 1

Харизма – амбициозность, борода, брутальный, власть, вредность, дерзость, занята другим делом, общительный, речь, самолюбие, сарказм, смешной, стойкость, танец, театральный, термин, хорь, хурма, юмор 1.

Незнание значений «включает» в сознании подростка ложные семантические связи. Слово *харизма* оказалось наименее освоенным речевым сознанием подростков и дало наибольшее количество ложных реакций (при этом количество отказов тоже велико). Приведенные примеры слов-ассоциаций свидетель-

ствуют об агнонимичности большого числа исследованных слов-стимулов.

Подобные реакции, представляющие трудность для интерпретирования, можно рассматривать как маркеры существования в языковом сознании испытуемого индивидуальных и /или ложных значений.

Отметим, что в словнике готовящегося к изданию «Психолингвистического толкового словаря русского языка» индивидуальные значения фиксируются примерно у 10% приведенных в словаре слов, что немало. Эти значения нуждаются в верификации их индивидуального статуса посредством когнитивной верификации и верификационного психолингвистического эксперимента.

При этом практика верификации показывает, что не все индивидуальные значения могут оказать-

ся индивидуальными по результатам верификации – они могут представлять собой просто редко употребительные, периферийные значения в смысловой структуре многозначного слова.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берсенева Н. И. Ассоциации детей от шести до десяти лет / Н. И. Берсенева, Л. А. Дубровская, И. Г. Овчинникова. – Пермь, 1995.
2. Караулов Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть / Ю. Н. Караулов. – М., 1999.
3. Морковкин В.В. Русские агнонимы (слова, которые мы не знаем) / В. В. Морковкин, А. В. Морковкина. – М., 1997.
4. Стернин И.А. К разработке психолингвистического толкового словаря / И. А. Стернин // Вопросы психолингвистики. – (2)12. – 2010. – С. 57–63.

Воронежский государственный педагогический университет

Тимошина Т. В., доцент кафедры теории, истории и методики преподавания русского языка и литературы
E-mail: tavit-ra@mail.ru

Voronezh State Pedagogical University
Timoshina T. V., Associate Professor of the General Linguistics, History and Didactics of Russian Language and Literature Department
E-mail: tavit-ra@mail.ru

ЯВЛЕНИЕ БИНАРНОЙ ОППОЗИЦИИ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОПОНИМИИ (НА ПРИМЕРЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ СЛОБОЖАНЩИНЫ)

Е. Н. Ткаченко

Донбасский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности топонимической антонимии, способы ее выражения в лексической системе языка и средства образования на уровне лексики и грамматики.

Ключевые слова: бинарная оппозиция, топонимическая антонимия, ойконим, гидроним, топоним.

Abstract: *the features of toponymic antonymy, ways of its expression in the lexical system of language and the means of formation on the level of vocabulary and grammar are analyzed in the article.*

Key words: *binary opposition, toponymic antonymy, oikonym, hydronym, toponym.*

Слобожанщина – историко-географическая территория, которая охватывает северо-восток Украины и юго-восток Российской Федерации. Когда-то она граничила в западной части с Гетьманщиной, на юге – с Запорожьем и владениями Крымского ханства, на востоке – с Подоньем, на севере – с Московским царством. В географическом аспекте Слобожанщина охватывает часть Среднерусской равнины, расположенную рядом Донецкую низменность, юго-восточную часть Приднепровской низменности и небольшой участок Донецкого кряжа.

Согласно современному административно-территориальному делению в регион входит почти вся Харьковская область (за исключением ее нескольких юго-западных районов), а также граничащие с ней юго-восточные районы Сумщины, северная Луганщина (по Северскому Донцу) и крайний север Донецкой области. На территории России к Слобожанщине относятся большая часть Белгородской области (приблизительно по бывшей «Белгородской черте»), смежные районы Курской и юго-западные Воронежской области.

Многовековое заселение Слобожанщины привело к обилию географических названий разной языковой принадлежности. Народы оставляли пласты своих наименований географических объектов, которые потом перекрывались другими. Топонимика расшифровывает географические названия, с ее помощью можно восстановить черты исторического прошлого народов, когда-то населявших данную территорию, определить границы их расселения, обнаружить места бывшего распространения языков, выяснить географию имен, прозвищ и фамилий первопоселенцев, бывших землевладельцев.

Итак, территория Слобожанщины как отдельная этно-историческая единица на сегодняшний день

является объектом пристального внимания исследователей. Собственные имена отдельных частей данного региона анализировались в основном представителями трех «неформальных» центров по сбору и систематизации топонимической информации – Киевской, Донецкой и Воронежской ономастических школ. В частности, воронежские исследователи активно работают в области микротопонимии [1; 2]. Ведется плодотворная деятельность по выявлению и описанию гидронимического пласта географических имен [3; 4]. Особенности ойконимии, в том числе и местной, отображены в исследованиях С. О. Попова и М. А. Ююкина [5; 6].

Для номинации географических объектов большое значение имеют семантические оппозиции, которые играют в лексическом фонде топонимики существенную роль. Сам факт топонимического противопоставления характерен для многих славянских территорий. Антонимические ойконимы образуют «формальные и семантические ряды в общетопонимической системе каждой из славянских стран соответственно ландшафту и социально-историческим условиям (времени заселения территории)» [7, 30].

Противопоставление как способ образования славянских ойконимов и явление антонимии в структурном и семантическом аспектах анализировались в ряде работ А. П. Корепановой [7; 8]. К вопросу об оппозиции «верх, гора – низ, дол» в древнерусской топонимии обращалась Л. Т. Масенко [9]. На материале русской топонимии соотносительный ряд «верхний – нижний» был проанализирован в исследовании В. В. Кондрашиной [10]. Особенности функционирования антонимических топонимов в ономастике рассматривались в монографии А. В. Суперанской [11].

Установление структурно-семантических оппозиций в топонимии дает возможность выявить типологические характеристики структуры такой

разновидности собственных имен исследуемой территории и определить принципы номинации топонимических единиц.

Некоторые ономасты не признают факта существования антонимии на уровне имен собственных на том основании, что «названия с этимологически антонимическими лексемами входят в один ономастический ряд и объектная соотнесенность названий значительно важнее их понятийной стороны» [11, 305] в отличие от антонимии в нарицательной лексике, где это явление строго понятийного плана и связь слов восстанавливается только через связь понятий.

В апеллятивах антонимию можно представить как цепочку последовательных неговий (отрицаний). В ономастике такой градуальной оппозиции, таких промежуточных понятий не существует. Топонимические антонимы рассматриваются в топонимическом контексте, поясняются объектной соотнесенностью, т. е. являются ограниченными в лингвистическом и географическом (пространственном) отношении.

Явление антонимии на уровне одного названия селения зафиксировано на Белгородщине (*Гора-Подол*, с. [Бгр Грв, БО АТД: 48]). Термин *гора* имеет значение ‘небольшая возвышенность над окружающей местностью или среди других возвышенностей’. Другая в названии лексема *подол* – ‘низко расположенная местность, низменность’. Это наиболее яркий из примеров, демонстрирующий случаи, когда одно и то же собственное имя оказывается связанным с семемами противоположного плана, а именно: ‘верх – низ’ [12, 98]. Восточнославянское *верх* – ‘вершина горы, холма и т. п.’ В Центральном Черноземье России эта лексема имеет значение ‘овраг, низ, глубокая яма; балка, овраг, заросший лесом; большой овраг с кустарником и без него’. Имеются случаи перемещения термина *верх* ‘начало, верховье реки’ на ‘овраг, балка’ [там же] (ср. у Б. Д. Гринченко: *верх, вершок* – ‘исток реки, верховье реки’ [13, 141], у В. И. Даля *верх реки* – ‘вершина, исток, начало’, ‘место, лежащее выше по течению ближе к истокам’ [14, 186]).

Выявление антонимии – это прежде всего нахождение случаев зависимого употребления двух топонимов, которые образуют элементарную топонимическую микросистему: *Белый Вышний*, х. [Хр Куп, ХГ СНМ: 118] – *Белый Низший*, х. [там же: 119], *Новоайдар*, пгт [Лг Найд, АТП-69: 250] – *Староайдар*, сл. [Хр Стрб, КСтУ], *Придонецкое*, с. [Хр Из, АТП-69: 420] – *Задонецкое*, с. [Хр Зм, АТП-46: 599], *Поддонецкий*, х. [Хр Из, СВСХГ: 22] – *Наддонецкий*, х. [Хр Из, СКХЕ: 260] и др.

Антонимические пары гидронимов и ойконимов региональной топонимии в целом контекстуальные, т. е. ограничены одной гидрографической или ойкографической системой, например, река *Сухой Изюмец* [Хр Из] – река *Мокрый Изюмец* [Хр Из], река *Мелкая Макатыха* [Дц Сл] – река *Глубокая Макатыха* [Дц Сл], *Валуй*, с. [Вр Вал, ВГ СНМ: 62] – *Валуйчик*, х. [Вр Вал, ВГ СНМ: 62], *Верхний Бышкін*, с. [Хр Зм, СВСХГ: 15] –

Нижний Бышкін, сл. [Хр Зм, АСУГ] и др., которые находятся, за исключением последней пары, в аугментативно-деминутивных структурно-семантических отношениях [см.: 15].

В ономастической антонимии, равно как и в апеллятивах, выделяют две структурные группы: лексическую (разнокорневую), например, *Старые Вирки*, с. [См Бплл, АТП-69: 368] – *Новые Вирки*, с. [там же], и грамматическую (однокорневую), образующуюся при помощи приставок или суффиксов с различной семантикой: *Заосколье*, х. [Хр Куп, ХГ СНМ: 124] – *Приосколье*, х. [Хр Дврч, АТП-69: 416], *Осколище*, д. [Вр Вал, ВГ СНМ: 58] – *Осколец*, с. [Бгр Губ, КБО-2003] и др.

Суффиксы выступают, как правило, в тех случаях, когда в одном из компонентов антонимического ряда есть нулевая суффиксальная морфема. Именно в этой связке лексемы можно считать антонимическими, вне этого топонимического контекста о бинарной оппозиции говорить не следует: *Хотомля*, сл. [Хр Чг, ОХН: 99] – *Хотомелька*, с. [Хр Влч, СВСХГ: 11], *Тетлега*, с. [Хр Зм, СВСХГ: 69] – *Тетлежка*, х. [Хр Зм, ХГ СНМ: 80], *Бирюч*, х. [Вр Вал, НМВГ-28: 42] – *Бирючек*, с. [Бгр Кргв, БО АТД: 61] и др. Также имеются случаи с нулевым выражением противоположной семантики в бесприставочных ойконимах, где именно наличие второго родственного собственного имени позволяет говорить об антонимической корреляции: *Ахтырка*, г. [Хр Ахт, ХГ СНМ: 2] – *Над-Ахтырка*, х. [Хр Ахт, СВСХГ: 1], *Донец*, пос. [Хр Зм, АТП-46: 599] – *Задонец*, х. [Хр Зм, СВСХГ: 19] и др.

В антонимических смысловых связях находятся корреляты с неполным выражением составных частей в одном из названий на уровне основы слова. Поскольку основа имеет смысловую наполненность, то отсутствующую часть легко восстановить с помощью другого названия, имеющего полную форму и соотносящегося с одноосновным именем. Структурных типов, в которых заложена топонимическая антонимия, в местном топонимиконе встречается небольшое количество. Это такие пары собственных имен, как *Круглое*, с. [Врш Св, АТП-72: 69] – *Верхне-круглое*, с. [Лг Св, АТП-69: 252], *Березовка*, с. [Хр Хр, ХГ СНМ: 15] – *Новоберезовка*, х. [Хр Хр, АТП-46: 614], *Бурлуцкое*, с. [Хр Из, ХГ СНМ: 166] – *Великобурлуцкое*, пос. [Хр Вбрл, АТП-69: 414], *Гатчанский*, х. [Хр Лбд, ХГ СНМ: 134] – *Дальнегатчанский*, х. [там же] и др.

Аналогичная ситуация прослеживается в случаях с лексическими антонимами, где в одном из компонентов антонимического ряда имеет место нулевая степень лексической осмысленности определения. Иными словами, мы имеем дело с эллипсизированными структурами, где отсутствуют определенные по семантике лексемы, определяющие пространственную ориентировку, топографические качества объекта, исторические сведения: *Бабка*, х. [Хр Влч, ХГ СНМ: 61] – *Большая Бабка*, сл. [Хр Влч, СВСХГ: 14], *Калитва*, х. [Вр Вал, НМВГ-28: 41] – *Новая Калитва*,

сл. [Вр Вал, ОИКСОМГ: 553], *Гнилуша*, с. [Вр Пвл, ВГ СНМ: 131] – *Нижняя Гнилуша*, с. [Вр Пвл, СССРГ. ПвлУ: 6], *Иваны*, с. [Хр Влк, ХГ СНМ: 48] – *Дальние Иваны* [Хр Бгд, ССОВХГ: 17], *Пожня*, с. [Хр Ахт, ХГ СНМ: 31] – *Верхняя Пожня*, с. [См Крпл, АТП-69: 373], *Люботин*, сл. [Хр Влк, СВСХГ: 8] – *Старый Люботин*, х. [Хр Хр, АТП-46: 614], *Тишанка*, сл. [Вр Вал, СССРГ. ВалУ: 2] – *Малая Тишанка*, х. [там же], *Камянка*, с. [Хр Из, ХГ СНМ: 86] – *Сухая Камянка*, с. [там же: 88] и др. В редких случаях эквивалентом отсутствующего определения с уменьшительной семантикой является суффикс, который придает лексеме уменьшительный оттенок: *Большая Макатыха*, д. [Хр Из, АСУГ] – *Макатышка*, д. [там же], *Большой Прикол*, д. [Кр Сдж, КГ СНМ: 136] – *Приколец*, д. [там же: 135] и др.

Наиболее многочисленная группа ойконимов, в составе которых представлены противопоставления *старый – новый*, *верхний – нижний* и др., – это лексикализованные словосочетания с компонентами *Старо–* – *Ново–*, *Верхне–* – *Нижне–* (*Староказинка*, сл. [Вр Вал, НМВГ-28: 42] – *Новоказинка*, сл. [там же], *Верхнедуванка*, сл. [Хр Нвсв, СЗПКО: 40] – *Нижнедуванка* [Хр Куп, ССОВХГ: 84] и др.), являющиеся композитами, образованными основосложением с дальнейшим стягиванием основ.

Интересным представляется факт наличия коррелятивных пар с лексической и грамматической антонимией одновременно, например, *Великий Бурлук*, сл. [Хр Вбрл, СЗПКО: 8] – *Малый Бурлук*, д. [Хр Влч, СВСХГ: 11]. Такая антонимия раскрывает потенциальные возможности как на уровне одного ряда названий (ср.: *Великий Истопор*, с. [Хр Лбд, ХГ СНМ: 134] – *Великий Истопорец*, с. [Хр Лбд, ОХН: 160], *Малый Истопор*, с. [Хр Лбд, ОХН: 112] – *Малый Истопорец*, с. [там же: 160]), так и на уровне обоих, географически и этимологически связанных рядов, но только в лексическом плане, противопоставляясь при помощи дифференцированных определений *великий – малый*: *Великий Истопор*, с. [Хр Лбд, СВСХГ: 33] – *Малый Истопор*, с. [Хр Лбд, ХГ СНМ: 133], *Великий Истопорец*, с. [Хр Лбд, ОХН: 160] – *Малый Истопорец*, с. [там же].

Таким образом, субъектами бинарных отношений являются, с одной стороны, собственно ойконимы, с другой, – производные ойконимы. Основные бинарные оппозиции не выходят за рамки характерных для топонимики закономерностей, отображая те или иные особенности географических объектов.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

а) первоисточников

АСУГ – Атлас Слободской украинской губернии, сочинен по разделений оной вновь на десять уездов в 1802 году.

АТД-59 – Воронежская область: административно-территориальное деление на 1 апреля 1959 года. – Воронеж : Кн. изд-во, 1959. – 251 с.

АТП-46 – Украинська РСР: адміністративно-територіальний устрій на 1 вересня 1946 року. – К. : Укр. вид-во політ. літ-ри, 1947. – Вид. 1. – 1064 с.

АТП-69 – Украинська РСР: адміністративно-територіальний поділ на 1 квітня 1967 року (3 додатком відомостей про зміни до 1 січня 1969 року): у 2-х т. – К. : Вид-во політ. літ-ри України, 1969. – Т. 1. – 540 с.

АТП-72 – Украинська РСР: адміністративно-територіальний поділ на 1 січня 1972 року (3 додатком відомостей про зміни до 1 травня 1973 року). – К. : Вид-во політ. літ-ри України, 1973. – 814 с.

БО АТД – Белгородская область: административно-территориальное деление на 1 января 1959 года. – Белгород : Кн. изд-во, 1959. – 155 с.

ВГ СНМ – Списки населенных мест Российской империи. Т. IX. Воронежская губерния: список населенных мест по сведениям 1859 года. – СПб. : Издан ЦСК МВД, 1865. – 157 с.

КБО-2003 – Белгородская область (общегеографическая карта): административно-территориальное деление по состоянию на апрель 2003 г. – Ростов-на-Дону : ФГУП «Южное аэрогеодезическое предприятие», 2005. – М 1:300 000.

КГ СНМ – Списки населенных мест Российской империи. Т. XX. Курская губерния: список населенных мест по сведениям 1862 г. – СПб. : Издан ЦСК МВД, 1868. – 206 с.

КСтУ – Карта Старобельского уезда. Б. л. до 1917 г. Б. сетки. М 1:250 000.

НМВГ – Населенные места Воронежской губернии: справочная книга. – Воронеж : Издание Воронежского губернского земства, 1900. – 472 с.

НМВГ-28 – Населенные места Воронежской губернии: систематический перечень и алфавитный указатель к карте Воронежской губернии с приложением окружного и районного распределения населённых мест по данным на 23 мая 1928 г. – Воронеж : Издание Воронежского губернского статистического отдела, 1928. – 190 с.

НПСО – Населенные пункты Сумского округа. Предварительные итоги переписи населения 1926 года. – Сумы : Сумское окружное статистическое бюро, 1927. – Вып. 2. – 80 с.

ОИКСОМГ – Багалей Д. И. Очерки из истории колонизации степной окраины Московского государства / Д. И. Багалей. – М. : В Университетской типографии, 1887. – 614 с.

ОХН – Описи Харківського намісництва кінця XVIII ст.: описово-статистичні джерела / упор. В. О. Пірко, О. І. Гуржій. – К. : Наук. думка, 1991. – 224 с.

СВСХГ – Список волостей и селений Харьковской губернии. – Харьков : Издание Харьковской губернской земской управы, 1909. – 56 с.

СЗПКО – Список заселенных пунктов Куп'янської округи 1925 року. – Куп'янськ : Друк. «Червоний друк», 1926. – 57 с.

СКХЕ – Справочная книга для Харьковской епархии / сост. И. Самойлович. – Харьков : Типо-Литография И. М. Варшавчика, 1904. – 471 с.

СНПАО – Список населенных пунктов Артемовского округа по данным переписи 1926 г. – Артемовск : Типография изд-ва «Украинский рабочий», 1927. – 56 с.

ССОВХГ – Список сельских общин и волостей на территории Харьковской губернии. – Харьков : Тип. М. Гордона, 1876. – 112 с.

СССВГ. ВалУ – Сборник статистических сведений по Воронежской губернии: Валуйский уезд. – Воронеж : Типография Воронежского губернского земства, 1893. – Т. 12. – Вып. 1. – 430 с.

СССВГ. ПвлУ – Сборник статистических сведений по Воронежской губернии: Павловский уезд. – Воронеж : Типография Воронежского губернского земства, 1891. – Т. 7. – Вып. 1. – 166 с.

ХГ СНМ – Списки населенных мест Российской империи. Т. XLVI. Харьковская губерния: список населенных мест по сведениям 1864 года. – СПб. : Издан ЦСК МВД, 1869. – 210 с.

б) губерний / областей

Бгр – Белгородская, Вр – Воронежская, Дц – Донецкая, Кр – Курская, Лг – Луганская, См – Сумская, Хр – Харьковская;

в) уездов / районов

Ахт – Ахтырский, Бгд – Богодуховский, Бплл – Белопольский, Вал – Валуйский, Вбрл – Великобурлукский, Влк – Валковский, Влч – Волчанский, Грв – Грайворонский, Губ – Губкинский, Дврч – Дворечанский, Зм – Змиевский, Из – Изюмский, Кнтм – Кантемировский, Кргв – Красногвардейский, Крпл – Краснопольский, Куп – Купянский, Лбд – Лебединский, Найд – Новоайдарский, Нвсв – Новосвердловский, Ндр – Недригайловский, Остр – Острогожский, Пвл – Павловский, Рсш – Россошанский, Св – Сватовский, Сдж – Суджанский, Сл – Славянский, Снк – Сеньковский, Стрб – Старобельский, Хр – Харьковский, Чг – Чугуевский, Чпх – Чупаховский;

г) типов селений

г. – город, д. – деревня, пгт – поселок городского типа, пос. – поселок, сл. – слобода, с. – село, х. – хутор.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалев Г. Ф. Микротопонимия Воронежской области: словарь / Г. Ф. Ковалев. – Воронеж : Артефакт, 2007. – 408 с.

2. Толбина Т. В. Микротопонимия Воронежской области (Особенности номинации) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Татьяна Владимировна Толбина ; ВГУ. – Воронеж, 2003. – 199 с.

3. Семушкин В. А. Гидронимия Среднего Дона: номинационный и словообразовательный аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Валерий Александрович Семушкин. – Воронеж, 2000. – 140 с.

4. Щеулина Г. Л. Топонимика Верхнего и Среднего Подонья в этнокультурном и антропоцентрическом аспектах / Г. Л. Щеулина. – Липецк : ЛПГУ, 2008. – 144 с.

5. Попов С. О. Ойконимия Воронежской области: семантика и словообразование : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Сергей Александрович Попов ; ВГУ. – Воронеж, 1998. – 166 с.

6. Ююкин М. А. Древнерусская ойконимия IX – XIII веков : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Максим Анатольевич Ююкин. – Воронеж, 2002. – 267 с.

7. Корепанова А. П. Протиставлення як засіб утворення слов'янських ойконімів / А. П. Корепанова // Мовознавство. – 1973. – № 4. – С. 30 – 33.

8. Корепанова А. П. Антонімія в ономастиці / А. П. Корепанова // Мовознавство. – 1979. – № 4. – С. 52 – 59.

9. Масенко Л. Т. До питання про опозицію «верх, гора – низ, діл» у давньоруській топонімії / Л. Т. Масенко // Давньоруська ономастична спадщина в східнослов'янських мовах. – К. : Наук. думка, 1976. – С. 83 – 88.

10. Кондрашина В. В. Соотносительный ряд «верхний – нижний» в русской топонимии / В. В. Кондрашина // Вопросы ономастики. Собственные имена в системе языка / отв. ред. А. К. Матвеев. – Свердловск : Изд-во Уральского гос. ун-та им. А. М. Горького, 1980. – Вып. 14. – С. 29 – 35.

11. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366 с.

12. Толстой Н. И. Славянская географическая терминология: семасиологические этюды / Н. И. Толстой. – М. : Наука, 1969. – 260 с.

13. Словарь украинского языка : в 4-х т. / под ред. Б. И. Гринченко. – К. : Редакция газеты «Киевская старина», 1907. – Т. 1. – 494 с.

14. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4-х т. / В. И. Даль. – СПб., 1880. – Т. 1. – 723 с.

15. Отин Е. С. Структурно-семантические отношения в топонимических парах: гидроним-аугментатив и гидроним-деминутив / Е. С. Отин // Русское языкознание : республиканский межведомственный сборник. – К. : Изд-во КГУ, 1989. – С. 124 – 129.

16. Белецкий А. А. Лексикология и теория языкознания (ономастика) / А. А. Белецкий. – К. : Изд-во КГУ, 1972. – 208 с.

17. Бондалетов В. Д. Семантическое изучение топонимии / В. Д. Бондалетов // Топонимия Центральной России. – М. : Мысль, 1974. – № 94. – С. 70 – 78.

Донбасский государственный педагогический университет

*Ткаченко Е. Н., старший преподаватель
E-mail: jewgenij-220963@mail.ru*

Donbas State Teacher Pedagogical University

*Tkachenko E. N., Senior Lecturer
E-mail: jewgenij-220963@mail.ru*

«ЕВАНГЕЛЬСКИЙ ТЕКСТ» В ПОЭЗИИ С. С. БЕХТЕЕВА: ОБРАЗ «ЦАРСКОГО КРЕСТА»

И. С. Урюпин

Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: в статье в широком историко-литературном и религиозно-философском контексте рассматривается «евангельский текст» поэзии С.С. Бехтеева, выявляется художественная доминанта этого текста, представленная образом «царского креста».

Ключевые слова: С.С. Бехтеев, евангельский текст, библейский текст в русской литературе, царский крест, религиозно-философский контекст.

Abstract: in article in a wide historical and literary and religious and philo-sophical context "the evangelical text" S. S. Bekhteev's poetry is considered, the art dominant of this text presented in the image of "an imperial cross" comes to light.

Key words: S. S. Bekhteev, the evangelical text, the bible text in the Russian literature, an imperial cross, a religious and philosophical context.

В знаменитом стихотворении «Молитва», написанном С. С. Бехтеевым в Ельце в октябре 1917 года и посланном через графиню А.В. Гендрикову великим княжнам Ольге и Татьяне в Тобольск, впервые возникает образ «тяжелого и кровавого» [1, 61] креста, который нес на Голгофу Христос и который было суждено в XX веке пронести российскому императору вместе со всей своей августейшей семьей, названной впоследствии поэтом «Святой Семейей» [1, 63]. Мотив крестного испытания, ниспосланного Богом России, в поэзии С. С. Бехтеева революционной эпохи становится не просто доминирующим, но – в силу своей чрезвычайной важности – даже единственным. Все мысли и устремления поэта оказались направлены на постижение сущности тех апокалиптических событий, что в одночасье разрушили Россию и под ее обломками погребли тысячелетнюю духовную культуру, сформировавшуюся Православием, на которое и был направлен, по замечанию Н. А. Бердяева, главный удар «революции с ее беснованием» [2, 55]. «Духи революции», беснующиеся и бесчинствующие на Русской земле, воплощены в стихах С. С. Бехтеева, они торжествуют «праздник крови и огня», поднимают из адской бездны «волны красные», «клубясь и извиваясь, пляшут пляску» смерти [1, 21].

Воссоздавая символические картины «умирающей» России [3], поэт пытается проникнуть в глубинный смысл происходящих событий, понять их духовно-мистическую суть. Отсюда в стихотворениях С. С. Бехтеева, глубоко религиозного человека, аллюзии и реминисценции из Священного Писания,

которое оказывается для поэта не только и не столько источником образов и ассоциаций, сколько поистине откровением, содержащим ответы на все насущные вопросы современности. Само постижение этих вопросов, какими бы злободневными они ни были, для С.С. Бехтеева немыслимо без обращения к Библии и, прежде всего, к Евангелиям, благовествующим о Спасении, дарованном Христом человеку и человечеству через муки Его и крест. Образ креста становится главным в поэзии С. С. Бехтеева и находит свое художественное воплощение как в эмблематике, так и в сюжетике стихотворений, оригинально интерпретирующих и трансформирующих евангельский текст.

Так, в стихотворении «У Креста» (1921) поэт проецирует революционную современность с ее жестокостью и буйством восставшего против самодержавия народа на события библейской древности, связанные с распятием Христа и политическими волнениями в Иудее.

Шумит народ, тупой и дикий,
Бунтует чернь. Как в оны дни,
Несутся яростные крики:

«Распи Его, Пилат, распни! <...>» [1, 45].

Заявленная в самом начале параллель Христос / император Николай II становится смысловым центром стихотворения, определяющим его лирический сюжет и мотивно-образную структуру, в полной мере соотносимую с евангельским текстом. В Евангелии от Марка сообщается о том, что иерусалимский «народ начал кричать и просить Пилата о том, что он всегда делал для них. Он сказал им в ответ: хотите ли, отпущу вам Царя Иудейского? <...> Они опять закричали: распни Его. Пилат сказал им: какое же

зло сделал Он? Но они еще сильнее закричали: распни Его» [Мк. 15: 8, 13-14]. Этот эпизод в стихотворении С. С. Бехтеева развивается в гневный монолог черни, в образе которой одновременно проступает и иерусалимская толпа обывателей, не способная понять и принять явившегося в мир Небесного Царя, и обезумевший в своем революционном неистовстве русский народ, отрекающийся от своего, земного царя – помазанника Божия:

«... Распни за то, что Он смиренный,
За то, что кроток лик Его.
За то, что в благодати презренной
Он не обидел никого.
Взгляни – Ему ли править нами,
Ему ли, жалкому, карать!
Ему ли кроткими устами
Своим рабам повелевать!
Бессилен Он пред общей ложью,
Пред злобой, близкой нам всегда,
И ни за что к Его подножью
Мы не склонимся никогда!» [1, 45].

В символично-аллегорической форме неприятия революционным народом «кроткого», «смиренного», «бессильного пред общей ложью» царя, не способного повелевать своими подданными, нашло отражение скептическое, а порой и откровенно враждебное отношение к политике и личности императора Николая II либеральных и леворадикальных кругов русской интеллигенции, позиция которых была глубоко осмыслена в конце XX века А. И. Солженицыным. Автор эпопеи «Красное колесо», размышляя о феномене последнего русского царя, замечал, что он был «слишком христианин, чтобы занимать трон» [4, 581], «он был человек высоких духовных качеств, исключительно чистый человек. И он был последовательный христианин. Но – да, он не мог держать штурвал России в такие бурные времена, когда швыряет корабль» [5, 178]. Однако «трагедией своей жизни и смерти император искупил свои вольные или невольные, действительные или мнимые вины, ошибки и заблуждения» [6, 449], явившись поистине той искупительной жертвой, что принесла Россия Божьему Агнцу – Христу, своей святой кровью очистившему мир от скверны и указавшему путь к спасению.

В Евангелии от Матфея сказано, что после криков толпы «да будет распят» «Пилат, видя, что ничто не помогает, но смятение увеличивается, взял воды и умыл руки перед народом, и сказал: невиновен я в крови Праведника Сего; смотрите вы. И, отвечая, весь народ сказал: кровь Его на нас и на детях наших» [Мф. 27: 23-25]. С. С. Бехтеев, в точности следуя евангельскому сюжету, представляет вселенский катаклизм («И зло свершилось!»), которому не смог противостоять Иудейский прокуратор («Пилат оправдан и омыт»):

И на посмешище народу
Царь оклеветан... и... убит! [1, 45].

Ритмико-интонационный строй и сама графика бехтеевского кульминационного стиха (многогласие перед возгласом «убит!») совпадает с лермонтовским криком отчаяния в его знаменитом стихотворении «Смерть Поэта»:

Восстал он против мнений света

Один, как прежде... и убит! [7, 21].

«Оклеветанный» Царь, как и «оклеветанный» Поэт, удостоился тернового венца (ср. у М. Ю. Лермонтова: «И прежний сняв венок – они венец терновый, / Увитый лаврами, надели на него» [7, 22]), – венца, который, по слову евангелиста Матфея, накануне распятия Спасителя «возложили Ему на голову» [Мф. 27: 29] как символ искупления «грехопадения прародителей» [8, 693]. За грехи русского народа русский царь принял мученический венец и был со-распят со Христом. И потому, убежден С. С. Бехтеев, крестная смерть императора должна побудить русский народ к великому покаянию. В атмосфере революционного мрака («Нависла мгла. Клубятся тени») поэт непрестанно молится о духовном просветлении России и вызывает к ее преображению:

Склонись, Россия, на колени

К подножью Царского Креста! [1, 45].

Образ «Царского Креста» станет центральным и в одноименном стихотворении 1922 года, которому поэт предпослал эпиграф из Евангелия от Луки (гл. 22, 61-62): «Яко прежде даже петель не возгласит отвержешься Мене трикратно. ... И изшед вон плакася горько!» [1, 62]. Мотив отречения от Христа одного из самых близких Спасителю апостолов проецируется на современную поэту действительность и соотносится с отречением от русского царя его народа.

Служа Царю беспечно и небрежно,

Ему не жертвуя ничем и ничего,

Любили ль вы Его восторженно и нежно,

Болели ль вы душой всечасно за Него? [1, 62].

Стихотворение С. С. Бехтеева, представляющее собой длинный свиток вопрошаний, адресованных ближним и дальним царя, оставившим его на произвол судьбы в минуту тяжких испытаний («Откликнулись ли вы на Голос благородный...», «Пошли ли вы в поля кровавой брани...», «Вы помогли ль душой и разумом Ему?», «Где были вы?» [1, 62]), вызывает ассоциации со знаменитым «Певцом» А.С. Пушкина («Слышали ль вы за рожей глас ночной...», «Встречали ль вы в пустынный тьме лесной...», «Вздохнули ль вы, внимая тихий глас...» [9, 121]). Поэтическая ипостась певца, характерная для лирического героя многих стихов С.С. Бехтеева, актуализирует образ «Царского гусяря». Так, кстати, назовет поэт книгу своих стихов в 1934 году, в которой со всей очевидностью проявится русский национальный характер и русское национальное мировидение, а сам автор заявит о себе как о певце Святой Руси, хранителе

и продолжателе культурных традиций Отечества. По справедливому замечанию В. К. Невяровича, «Сергей Бехтеев – один из последних русских поэтов-классиков пушкинско-лермонтовского направления» [10, 69]. Верность духовному наследию золотого века русской поэзии, А. С. Пушкину и М. Ю. Лермонтову, для С. С. Бехтеева значила то же, что верность России, национальным корням, истокам.

Вообще верность как нравственная категория неоднократно становилась предметом поэтических рефлексий С. С. Бехтеева, не случайно избравшего себе в эмигрантской печати псевдоним «Верноподданный», а в одном из программных стихотворений заявлявшего: «Вера и верность!» – вот лозунги наши. / С ними бесстрашно идем мы вперед, / С ними нам легче кровавые чаши / Наших страданий, обид и невзгод» [1, 15]. И потому неудивительно, что верность Царю для поэта – главный показатель нравственной состоятельности отдельного человека, «сына Отечества», и всего русского народа – народа-богоносца, забывшего в годы революционного лихолетья о своем высоком духовном предназначении. Отсюда боль и сокрушения поэта в стихотворении «Царский крест» о попрании веры и утрате верности Царю и России. Обращаясь к соотечественникам, лирический герой стихотворения, «Верноподданный» в самом высоком смысле этого слова, скорбит и негодует о равнодушии народа к страданиям своего царя:

Что делали вы все, забыв Его заслуги?
Пытались ли Его из каторги спасти?
Вы помогли ль Ему, как преданные слуги,
Тяжелый Крест по торжищам нести? [1, 63].

Однако все вопрошания поэта остаются без ответа, и в сознании лирического героя стихотворения возникает картина отречения от Христа Его апостола Петра, наполняющаяся новыми смыслами и современными аллюзиями и ассоциациями:

Подсев к костру, вы молча грели руки
И ждали, притаясь, как запоет петух...
И Он погиб, убитый палачами,
Он, шедший в мир для мира и добра [1, 63].

В точности следуя Евангелию («увидев Петра греющегося и всмотревшись в него», одна из служанок первосвященника «сказала: и ты был с Иисусом Назарянином. Но он отрекся, сказав: не знаю и не понимаю, что ты говоришь. И вышел вон на передний двор; и запел петух» [Мк. 14: 67-68]), С. С. Бехтеев представляет не только величайшую трагедию человечества – крестный подвиг Христа и крестную муку русского царя, но и не менее страшную духовно-психологическую драму апостола, не нашедшего в себе силы выступить в защиту Спасителя и глубоко сожалеющего об этом, как будет сожалеть и раскаиваться в своем попустительстве злодеянию большевиков русский народ. В этом у поэта не было ни малейшего сомнения.

А вы! Вы плакали ль бессонными ночами,
Слезам горькими Апостола Петра? [1, 63].

Горькие слезы Петра так трогают сердце и потрясают душу русского человека, что у поэта возникает надежда на искупление вины и Божие прощение, какого удостоился и сам Христов ученик. На это обратил внимание еще А. П. Чехов в рассказе «Студент», главный герой которого, поведавший своим собеседницам историю отречения апостола и его раскаяние («...Петр, взглянув издали на Иисуса, вспомнил слова, которые он сказал ему на вечери... Вспомнил, очнулся, пошел со двора и горько-горько заплакал» [11, 355]), осознал свою собственную причастность к вселенской трагедии («Прошлое, думал он, связано с настоящим непрерывною цепью событий, вытекавших одно из другого» [11, 356]). За эту причастность каждому человеку в отдельности и народу в целом предстоит пострадать и страданием смыть свой грех, ибо «нам, русским, послан Крест тяжелый, / И мы должны его влачить» [1, 69].

Мотив искупительного страдания, несения Креста, пронизывающий все стихотворения царской темы («Царский венец», «Николай II», «Письма императрицы», «Благочестивейший», «Царский завет», «За что?» и др.), наибольшей степени художественной суггестивности достигает в произведениях, которым поэт дает одно и то же название – «Царский крест». В стихотворении «Царский крест» 1938 года, посвященном «председателю Союза ревнителей памяти Императора Николая II – В. В. Свечину», по инициативе которого в Париже в храме Александра Невского был установлен Крест-Памятник августейшим мученикам, образ Креста, водруженного на «Голгофу Царского страдания» [12, 118], становится символом победы Добра и Правды Христова учения над злом и ложью антихристового соблазна, распространившегося в России в революционную смуту. «Страдалец русского Престола, Державный Вождь родной страны», как называет поэт императора Николая II, подобно Христу, истинному Царю Царей, пренебрегшему своим царским величием ради спасения человечества, «снял монарший свой венец / И молча, с кротостью смиренной» «Крест на плечи возложил / И дивный подвиг дерзновенный в глазах народов совершил» [12, 118]. Обращаясь к самому императору, с высоты вечности вззирающему на Россию и свой «обезумевший народ», поэт свидетельствует: «злоба буйного восстания / Твоим Крестом побеждена» [12, 118], а значит – сам мученический подвиг царя, предусмотренный свыше, есть великая жертва Богу, принесенная русским народом, которому предстоит в XX веке вслед за Царем «стезею Христа» [1, 7] пройти свой крестный путь.

Вера в русский народ, названный когда-то Ф. М. Достоевским богоносцем, для С. С. Бехтеева во дни испытаний и национальных потрясений не только не оскудевала, но, напротив, усиливалась и крепла.

«Среди скорбей, среди невзгод, / Всегда я помню мой народ» [1, 98], – с гордостью говорил поэт в стихотворении «Мой народ» (1937). При этом С. С. Бехтеев, как и И. А. Бунин, различавший в эмиграции Россию – «ту, что предала Христа за тридцать сребреников, за разрешение на грабеж и убийство и погрязла в мерзости всяческих злодеяний и всяческой нравственной проказы» и «другую, подъяремную, страждущую, но все же до конца не покоренную» [13, 408] – «Христову Россию» [13, 413], различает и русский народ: «... тот народ, что ближним мстит, / Громит, кощунствует, хулит, / Сквернит святыни, нагло лжет, / Льет кровь, насилует и жжет» [1, 98], – и другой народ, который он называет «святым народом», ибо он «крест безропотно несет, / В душе печаль свою таит, Скорбит, страдает и молчит» [1, 98]. Этот «святой народ», уста которого «взывают к милости Христа / И шепчут с крестного пути: “Помилуй, Господи, прости”» [1, 98], очень скоро, убежден поэт, «начнет зализывать ... свои дымящиеся раны», «вспомнит набожных Царей, / их правду, милость и смиренность, / И проклянет поводырей / Богопротивного движения» [1, 101]. Но все это – в грядущем. «Грядущее» (1927) – одна из тех поэтических деклараций С. С. Бехтеева, что вдохнула силы в оторванную от России эмиграцию, отчаявшуюся вернуться на родину и впавшую в тяжелейший духовный кризис. Слова поэта – «Гляжу спокойно вдаль веков, / Без сожаленья и боязни» [1, 100], рефреном звучащие в финале стихотворения («Гляжу спокойно в даль веков, / Без опасений и без страха» [1, 101]) – становятся символом веры русских людей за пределами Отечества, чающих «чуда обновления и Воскресения духа народного» [14, 515], о котором мечтал С. С. Бехтеев: «Кается народ подневольный, обездоленный, кается в прегрешениях своих, словом и делом содеянных, и прощаются ему грехи многие за страдание его великое, за горе его неизбывное» [14, 515], за крестный путь, который русский народ достойно прошел в XX веке.

Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина

Урюпин И. С., доктор филологических наук, заведующий кафедрой русской литературы XX века и зарубежной литературы

E-mail: isuryupin78@mail.ru

Крест народный и крест царский суть Христов искупительный крест, в благоговении перед которым русский поэт С. С. Бехтеев молится за Россию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бехтеев С. Царский крест [Текст] / С. Бехтеев. – М.: Достоинство, 2011. – 112 с.
2. Бердяев Н. А. Духовный кризис интеллигенции / Н. А. Бердяев. – М.: Канон+, 1998. – 400 с.
3. См. подробно: Урюпин И. С. Образ «умирающей» России в поэзии С. С. Бехтеева 1917–1920-х годов / И. С. Урюпин // Вера и верность: сборник статей памяти Сергея Бехтеева. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2012. – С. 96–104.
4. Солженицын А. И. Красное колесо: В 10 т. / А. И. Солженицын. – М., 1993. – Т. 7.
5. Солженицын А. И. Публицистика: В 3 т. / А. И. Солженицын. – Яро-славль, 1996. – Т. 3.
6. Боханов А. Н. Николай II / А. Н. Боханов. – М.: Молодая гвардия – ЖЗЛ; Русское слово, 1997. – 446 с.
7. Лермонтов М. Ю. Собр. соч.: В 4 т. / М. Ю. Лермонтов. – М.: Худож. лит., 1983. – Т. 1. Стихотворения. – 446 с.
8. Библийская энциклопедия / Сост. архим. Никифор. – Репринт. изд. – М.: ТЕРРА, 1990. – 902 с.
9. Пушкин А. С. Собр. соч.: в 5 т. [Текст] / А. С. Пушкин. – СПб.: Биб-лиополис, 1993. – Т. 1. Стихотворения 1813–1836. – 600 с.
10. Невярович В. К. Сергей Бехтеев – русский национальный поэт / В. К. Невярович // Вера и верность: сборник статей памяти Сергея Бехтеева. – Елец: ЕГУ им. И. А. Бунина, 2012. – С. 63–71.
11. Чехов А. П. Собр. соч.: В 6 т. / А. П. Чехов. – М.: Лексика, 1995. – Т. 3. Рассказы 1888–1903. – 672 с.
12. Бехтеев С. С. Грядущее: Стихотворения / С. С. Бехтеев. – СПб., 2004. – 448 с.
13. Бунин И. А. Собр. соч.: В 6 т. [Текст] / И. А. Бунин. – М.: Сантакс, 1994. – Т. 6. – 416 с.
14. Дунаев М. М. Православие и русская литература: В 6 ч. / М. М. Дунаев. – М.: Христианская литература, 2000. – Ч. VI.

Yelets State University named after I. A. Bunin
Uryupin I. S., Doctor of Philology, Head of Russian Literature
of the XX Century and Foreign Literature Department
E-mail: isuryupin78@mail.ru

«ВОЙНА И МИР» КАК ТЕКСТОВОЙ ЛАБИРИНТ

З. Хайнади

Университет в Дебрецене (Венгрия)

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: цель данной работы – расшифровать литературный топос, представленный в текстовом лабиринте «Войны и мира» Толстого. Монументальная структура этого романа-эпопеи больше тяготеет к мифу, чем к сказке. В романе отсутствует топографическое описание лабиринта как таковое; однако оно потенциально присутствует в качестве метафоры разных жизненных путей и поисков истины. В романе можно обнаружить несколько важных компонентов топоса: хождение героев по лабиринту, сражение с чудовищем, мотив возрождения к жизни при участии молодой девушки, элементы обрядов (посвящение и жертвование) и т. д. В современной интерпретации лабиринта пространство превращается во время, при этом время обретает пространственную форму. Лабиринт как мифическая схема является способом универсализации движения от хаоса войны к порядку мира. А это полностью соответствует классическому канону: не важно, сколько лабиринтов встретится на пути героя, в конце концов, автору нужно закончить свою работу и разрешить конфликт посредством катарсиса. Функция искусства – вывести людей из экзистенциального лабиринта.

Ключевые слова: Лев Толстой, «Война и мир», текстовый лабиринт, архетипический топос, «бесконечный лабиринт сцеплений».

Abstract: the aim of the present study is to decode the literary topos which Tolstoy's textual labyrinth in *War and Peace* represents. The deep structure of this novel-epos converges rather with myth than tale. There is no actual topographical description of the labyrinth in the text; however, it is latently present as a metaphor for covering different life paths and searching for truth. Several important components of the topos can be found in the novel: the heroes' wandering in a maze, the fight with the monster, the motif of the young girl who helps to find the way back to life, elements of the rites of passage (initiation and sacrifice), etc. This modern history of the labyrinth turns space into time while it spatialises time. The labyrinth as a mythic scheme is the means for universalising the meaning of the passage from the chaos of war to the order of peace. This is in total harmony with the classical canon: it does not matter how many labyrinths the hero has to find his way in, finally the author has to end his work and resolve the conflict in catharsis. The function of art is to lead individuals out of their existential labyrinth.

Key words: Lev Tolstoy, *War and Peace*, textual labyrinth, archetypal topos, „endless labyrinth of connections”.

Книга – это лабиринт.
Думая, что из него выходишь,
ты в него углубляешься.
Ж. Деррида

Лабиринт – одна из самых загадочных мифологем, он обнаруживается на протяжении всей истории культуры человечества. Мы находим его во всех культурах (за исключением иудаизма и ислама), воспринимаем универсальным символом, своеобразной «космограммой Вселенной», которая единственным словом выражает хаотические и космические начала. Физически лабиринт – это место заточения, метафизически он заключает в себе тайну жизни и смерти, воспринимается как метафора для обозначения запутанного положения и отношения. Хранящиеся в коллективном бессознательном человечества мифологические извечные образы возвращаются с та-

кой последовательностью, что могут быть восприняемы как универсальные понятия. Эти архаические остатки, имеющие магическое влияние на подсознание человека, К. Г. Юнг назвал архетипами. Он считал, что мифологемы древности как бы «просвечивают» в психике современного человека. «Они наличествуют предсознательно и предположительно образуют структурные доминанты психе вообще. Их можно сравнить с незримо, потенциально присутствующей в маточном растворе кристаллической решеткой» [1, 93]. Критерием ценности художественного текста Юнг считал наличие в нем архетипов.

Лабиринт-путаница с античных времен постоянно возвращается не только в изобразительное искусство, но и в литературу, начиная с Гильгамеша и эпосов Гомера, включая Данте, Пушкина, Толстого вплоть до современных писателей. Для понимания произведений Кафки, Набокова, Эко, Борхеса, Пелевина, Галковского и других лабиринт является ключевым понятием. Писатели не только перенимают

античный топос, но и сами творят смысловой лабиринт. От этого миф становится еще более многообразным и неисчерпаемым.

Толстой продолжил сотворение мира, посредством языка создал текстовый лабиринт, четыре книги «Войны и мира», дал возможность читателю найти выход из условного леса, чащи слов вместе с героями. Это жизненный путь четырех дворянских семей, представляющих разные типы культурных традиций и стремлений эпохи. В романе мы не встречаемся с описанием конкретной топографии лабиринта. Раскрытие ритуально-мифопоэтического топоса затруднено потому, что формально в тексте он не представлен (как таковой), а передается только разного рода скрытыми намеками, в преломлении. Приложение архетипа к указанной эпохе играет в основном метафорическую роль, как блуждания героев по различным жизненным путям в поисках истины.

Толстой усердно читал «Илиаду» в переводе Гнедича, а позже в древнегреческом оригинале. В «Войне и мире» мы не находим текстуальных совпадений, но обнаруживаем ссылки на Париса, Елену Прекрасную, Лаокоона. Неслучайно в романе встречаются мифические схемы и образы, которые определяют его структуру. Троянская война была совсем не похожа на наполеоновскую, однако Толстой, выявляя вечное, общечеловеческое содержание войны и мира, мог выйти за границы времени и места. Ему удалось слить мир античного эпоса с современной русской душой. При сравнении эпопеи нового времени с архетипом напрашивается мысль: насколько сознательно пользуется Толстой мифопоэтическими топосами? Пользуясь терминологией Бахтина, можно ответить, что «жанр всегда помнит свое прошлое» и доминантой является не «субъективная память» писателя, а «объективная память самого жанра» [2; 120, 137]. Утверждение Бахтина побуждает нас сравнить «Войну и мир» Толстого с греческим мифопоэтическим миром. Цель нашего исследования – раскрытие и дешифровка толстовского текстового лабиринта как литературного топоса.

По Бахтину, если читателю «в роман можно войти самому», то «ни в эпопею, ни в другие дистанцированные жанры никогда не войдешь» [3, 470]. В роман-эпопею можно войти с нитью в руке. Согласно Толстому, задача критика заключается в том, чтобы помочь читателю ориентироваться в сложном сплетении мотивов лабиринта: «...для критики искусства нужны люди, которые [...] постоянно руководили бы читателей в том бесконечном лабиринте сцеплений, в котором и состоит сущность искусства, и к тем законам, которые служат основанием этих сцеплений» [4, т. 18, с. 785]¹. В ходе нашего анализа эта толстовская интенция дала нам направление пути в раскопке архаических пластов текста.

¹ В дальнейшем ссылки даются на это издание с указанием тома и страницы.

2

Книга – это бесконечный лабиринт сцеплений. Монументальный роман-эпопея не является традиционным романом, это нечто иное: лабиринт-путаница, в котором читатель вместе с героями в блужданиях ищет путь к свету и истине. В словесных построениях мы находим множество существенных составных лабиринта: блуждание в сторону смерти, призванное символизировать существование в мире, схватку с чудовищем, мотив молодой девушки, помогающей найти путь возвращения к жизни, моменты ритуалов посвящения и жертвенности. Книги-лабиринты могут различаться в деталях, но они весьма сходны по структуре. У них единая канва (матрица), несмотря на то, что они создавались писателями, никак не соприкоснувшимися между собой².

Окунемся в сложный лабиринт «Войны и мира», в лес повествования. Лес – это метафора художественного текста. Мы можем проникнуть внутрь через множество входов, среди которых ни один нельзя назвать парадным. Толстой сразу вводит читателя в самую суть дела, *in medias res*. В экспозиции мы оказываемся в салоне княгини Анны Павловны Шерер, где сливки петербургской аристократии собираются на *petite soirée*. Идет разговор на банальные, повседневные темы. Их пустота сравнивается с ткацкой мастерской, где веретена, не умолкая, шумят. Между плетением нитей и плетением словес имеется корреляция³. Тем временем над головами героев собираются темные тучи грандиозных исторических событий. Впервые имя Наполеона звучит в этом салоне. Одни титулуют его «холопским императором», «антихристом», «убийцей», «злодеем», другие – «героем», «великим человеком». В романе сталкиваются различные точки зрения за и против, но постепенно берут верх отрицательные оценки.

Обратим внимание на чудовище империи тьмы, пришедшее с Запада. Наполеон в «Войне и мире» показан как «плоская» двухмерная фигура⁴. Французский император сквозь толстовскую оптику деградирует в аллегорическое воплощение преступле-

² Стоит в этой связи сослаться на суждение Ю. М. Лотмана: «Русский роман, начиная с Гоголя, ориентируется в глубинной сюжетной структуре на миф, а не на сказку». Лотман Ю. М. Сюжетное пространство русского романа XIX столетия // Лотман Ю. М. В школе поэтического слова: Пушкин. Лермонтов. Гоголь. – М.: Просвещение, 1988. – С. 333.

³ Этимологически «текст значит текстура, ткань. [...] текст выработан в процессе непрерывного сплетения». Барт Р. Избранные работы. Семиотика, поэтика. Сост. общ. ред. Т. К. Косиков. – М.: Прогресс, 1989. – 515.

⁴ Английский писатель и критик Э. М. Форстер предлагает делить литературных персонажей на «плоские» (предсказуемые) и «круглые» (сложные), способные удивлять своим развитием. E. M. Forster Aspects of the Novel. – Cambridge: Trinity College, 1927.

ния, в людоеда Минотавра. И это не просто риторическая фигура, большинство русских буквально верили в то, что Наполеон – «исчадие ада», диавол в образе человека, от которого Россия должна спасти мир. Другие считают его «палачом народов», обманывающим себя и других тем, что цель его поступков – благо народов. Он является воплощенным злом в маске добра, выдающего себя за Христа, являясь его антиподом. Самозванцу-подыменщику, принявшему чужое имя и не принадлежащее ему звание, соответствует многоликость одного лица: Буонапарте, Бонапарт, Наполеон. Оттолкнемся от той аксиологической точки зрения, что в названии не только определение личности, но также объяснение ее. Жюли Карагина в письме к подруге называет его «кровавым корсиканским чудовищем», «которое возмущает спокойствие Европы». По мнению графа Ростопчина, «Бонапарт поступает с Европой, как пират на завоеванном корабле». Русский дипломат Билибин называет французского императора «узурпатором и врагом человечества», а его австрийский слуга «Bösewicht» – злодеем.

Среди названий чаще всего встречается «чудовище», которое питается человеческим мясом. Наполеон является олицетворением деструктивного духа войны, уничтожения: на поле битвы он равнодушно взирает на трупы и раненых. Его, как и Минотавра, можно успокоить только живым мясом. Неслучайно капитану Тушину пушки противника кажутся трубками, а выстрелы ружей – дыханием чудовища. А Пете Ростову в полусне чудится красное пятно в пещере – глаз огромного чудовища. Отдельные мифологемы и архетипические аллюзии, разбросанные в романе-эпопее, создают мифологическую субструктуру текста.

3

Миф о герое-спасителе является наиболее распространенным и известным. В лабиринте, как правило, блуждают мужчины. Рассмотрим по порядку «русских Тесеев», которые ценой риска для жизни хотят освободить страну от «чудовища-людоеда». Речь идет не о буквальном отождествлении их с мифическим героем, а о метафорической проекции. Тесей – это образец для юноши, готовящегося стать воином (или охотником). Отождествление с архетипом начинается с имажинации. Архетип индивидуализируется личным переживанием. У князя Болконского героический характер, он жаждет самоутверждения через сверхчеловеческий подвиг. Имя Андрей в переводе с греческого означает «мужественный». Он признается сестре, что женитьба не принесла ему удовлетворения, как не сделала она счастливой и его жену. «Отчего это? Не знаю...» Самое большое, что он может желать – это героический жизненный путь (*l'héroïsme*). Никто не понимает, зачем он спешит на войну. Беременную жену с ее

ручной работой (*ouvrage*) доверяет отцу и младшей сестре. Ручная работа (вышивка, Пенелопина пряжа), как назначенная мужской традицией женская роль, имеет метафорическую функцию. Исключенная из мужского дискурса женщина все мечты о счастье влагает в узор. По мифологическому восприятию женщина является представителем рода – хранителем домашнего очага, а мужчина – гражданской обязанности. Война ставит князя Андрея перед дилеммой выбора, и он готов ради воинской доблести пожертвовать своим семейным счастьем. В образах князя Андрея и его жены друг другу противостоят такие принципы, как семейные связи, с одной стороны, и гражданский долг, с другой. Как мифический герой, он, отправляясь в путь, получает от отца дорожное снаряжение: шкатулку, большой серебряный погребец, два турецких пистолета и шашку – подарок отца, привезенный из-под Очакова. Марья благословляет брата маленьким образом Спасителя на серебряной цепочке. Амулет призван охранять его от смертельной опасности. Отец вручает ему шашку (силу), чтобы убить чудовище, а сестра – образ (веру), чтобы не заблудиться. Князь Андрей спешит навстречу славе и становится первой жертвой войны. Вслед за мифопоэтическим мотивом «пожертвования первого» следует тоpos «возвращения умершего»⁵.

В схватке с чудовищем можно и погибнуть. Это была смертельная игра, которая потребовала великих жертв: смерти князя Андрея, Пети Ростова, Багратиона, Каратаева и многих безымянных героев. Болконский же так и не находит выхода из путаницы бытия. Умирая, он признается: «Что-то было в этой жизни, чего я не понимал и не понимаю». Смысл жизни навеки скрыт от него. Судьба духовно-нравственного максималиста, князя Андрея обречена на трагедию, а наивный мечтатель-энтузиаст Пьер остается в живых. Путь двух главных мужских героев продвигается вперед по кругу и спирали, из которых путь Болконского является замкнутым пессимистическим узлом. «Развитие князя Андрея происходит как бы кругами, каждый раз замыкающимися в себе, и перед героем постоянно возникает проблема выхода „рывком“ из очередного круга. На Аустерлицком поле замкнулся один круг (читатель с „сопереживающим“ интересом думает – а каков же был круг предшествующий, из которого герой „рывком“

⁵ Напрашивается здесь параллель с мифологемой о Протесилае и Лаодамии в «Илиаде» Гомера. Несмотря на предсказание, что первый ахеец, высадившийся на берег Трои, погибнет, Протесилай первый выскочил с корабля и был убит Гектором. Дома у Протесилая осталась супруга Лаодамия, с которой он вступил в брак за несколько дней до отъезда под Трою. После смерти Протесилая, боги разрешили ему вернуться к ней на одну ночь. Эта тема была разработана И. Анненским («Лаодамия» 1902), Ф. Сологубом («Дар мудрых пчел» 1906), В. Брюсовым («Протесилай умерший» 1912).

ушел на войну)» [5, 249–250]. Его жизненный путь – это путь человеческого духа, заплутавшего в лабиринтах смыслов бытия из-за того, что он полагается только на самого себя, на свой разум. Разум ищет, а сердце находит, «высшая мудрость основана не на одном разуме». Его путь похож скорее на блуждание (круговращение), чем на осознанное движение к отчетливо представляемой цели. В отличие от него, открытая, спиральная линия Безухова ориентирована на разрешение, вынуждающее человека двигаться и выводящее его из состояния инертности. Спиралевидное движение выражает открытость, распаханность в будущее, в отличие от кругового, при котором все возвращается к исходной точке. Толстой сплетает открытый и закрытый узлы, образуя таким образом своеобразный лабиринтный рисунок. Сам путь оказывается формообразующим принципом. Споры о смысле человеческого существования между ними разгорелись в Богучарове на пароме, на котором они переправляются через разлившуюся реку на другой берег. Эта сцена в полумраке по своей символической многозначности во многом напоминает челнок Харона на реке Стикс, соединяющей берега жизни и смерти.

На поле Аустерлица раненый Болконский встречается с Наполеоном. Пьер же никогда не встречался с «чудовищем», хотя и остался в подожженной Москве с совершенно определенной целью: «Он должен был, скрывая свое имя⁶, остаться в Москве, встретить Наполеона и убить его с тем, чтобы или погибнуть, или прекратить несчастье всей Европы, происходившее, по мнению Пьера, от одного Наполеона» [4, т. 6, с. 371–372]. Вместо того чтобы уничтожить грех, сконцентрированный в «козле отпущения», он спасает французского офицера капитана Рамбаля.

На жизненном пути Пьера происходит много неожиданных поворотных пунктов. Часто он чувствует, что не может распутать узлы своей жизни. Перед ним два пути: один из них праведный, а другой ложный. Пьер чувствовал, что вся его дальнейшая судьба зависит от того, пойдет ли он по старой, прежней дороге или по той новой, которая была указана ему масонами и на которой он твердо верил, что найдет возрождение к новой жизни. Он постоянно в пути, причем каждый новый этап содержит моменты заблуждения и прихода к новой правде, оказывающейся впоследствии тоже иллюзией. «Он долго в своей жизни искал с разных сторон этого успокоения, согласия с самим собою, того, что так поразило его в солдатах в Бородинском сражении, – он искал этого в филантропии, в масонстве, в рас-

сеянии светской жизни, в вине, в геройском подвиге самопожертвования, в романтической любви к Наташе; он искал этого путем мысли, и все эти искания и попытки все обманули его» [4, т. 7, с. 105].

Герои Толстого часто находятся в «пороговой ситуации», они стоят на пороге великих внутренних решений и кризисов. Дверь – это черта, рубеж. Прохождения через порог, дверь или ворота, встреча со стражем порога, символизирующие границу между двумя мирами смерти и жизни, повторяются во многих местах романа. Пьер часто находится в состоянии сомнения, колебания, выбора дальнейшего пути. У него слишком много обходных путей, приводящих его к блужданиям и изнурительным хождениям по лабиринту. Он плутает, блуждает на этом пути, но идет упрямо вперед. Для возрождения ему надо пройти обряд инициации, который ведет к совершенствованию, извечному смыслу вещей. Для того, чтобы возродиться, нужно пострадать от смерти, будь то действительная, телесная или символическая, через которую прошел Пьер при посвящении в масоны. Началу инициации предшествует ритуальный диалог у врат. Ритор предупреждает посвящаемого неопита о трудности и необратимости предпринятого пути. Кандидата в члены масонов во время инициального обряда называют «то *ищущим*, то *страждущим*, то *требующим*». Завязывают ему глаза, проводят его через темные коридоры, представляют циркуль и шпаги к груди. Ставят его на очную ставку с черепом (со своей символической смертью). Все это можно воспринимать как мотив погружения в загробный мир. И, наконец, возвращают его к новой жизни⁷.

Наташа – самая одаренная способностью чувствовать оттенки интонаций, взглядов и выражений лиц, при первой встрече со вступившим в масоны Пьером чувствует в нем что-то необъяснимо дисгармоничное: «Безухов – тот синий, темно-синий с красным, и он четверугольный...» [Толстой?5, 201]. *Темно-синий* цвет символизирует его спиритуальность и, рядом с ним и напротив него, *красный* – витальную живучесть. Квадратность (*homo quadratus*)⁸ Пьера противопоставлена круглости

⁷ Ср. «Сюжет мифа как текста весьма часто основан на пересечении героем границы «темного» замкнутого пространства и переходе его во внешний безграничный мир». Лотман Ю., Успенский Б. Миф–имя–культура // Лотман Ю. М. Избранные статьи в трех томах. – Том 1. Статьи по семиотике и типологии культуры. – Таллин : Александра, 1992.

⁸ Толстой уделит немало внимания в своих произведениях числу «четыре» и «четверичности», «квадратности», от задуманной тетралогии «Четыре эпохи развития» и рассказа «Записки сумасшедшего», в котором «ужас красный, белый» воплощается в «квадратной» форме, до божественной тетрасомии («Четвероевангелие»). Квадратная структура внушает мысль о здании, построенном на прочном фундаменте.

(homo circulus) Платона Каратаева, с которым судьба случайно свела его на «большой дороге»⁹. Круг, как совершеннейшая форма пространства (кругообращение, как совершеннейшее движение), выражает идеальное совершенство. Попавший в плен к французам Безухов ощущает в Каратаеве какую-то приятную округлость, в каждом его слове и даже в жесте. Круг есть символ неба, а квадрат – это символ Земли. Можно предположить, что превращение квадрата в круг (или квадратура круга) есть не что иное, как союз этих двух сфер. Эти мифопоэтические символы доступны читателю в той мере, в какой они воплощаются в красках и геометрических формах и становятся видимыми.

Духовная одиссея Пьера не была прямой и гладкой. После масонских блужданий настоящее братство он находит среди защитников отечества на Бородинском поле, где раскрылась перед ним тайна души русского народа. Открылась великая тайна жизни, и все прежние убеждения оказались лишними. Он намерен снять с себя бремя индивидуализма, выйти из закрытой жизни в открытое бытие, стать соборным человеком, «коллективным субъектом». Перемена, происшедшая в Пьере после мучительных перипетий, была замечена и его слугами. «Они находили, что он много попростел» [4, т. 7. с. 219].

В своей монографии о «Войне и мире» Андрей Сабуров старается отделить романские элементы от эпических, несмотря на то что они составляют органическое единство, как две нераздельные части единого целого. Он говорит об Андрее Болконском, как о герое романа, о Пьере Безухове, как о герое эпоса. Критик утверждает, что «Война и мир» имеет кульминацию и как роман, и как эпос. Действие ведет к постепенному преобладанию эпоса над романом, которое достигает наибольшей полноты и широты в батальных картинах Бородинского сражения. В романе-эпосе Толстого сосуществуют два временных вектора. Историческое время линейно, мифологическое же – циклично. Повествование постоянно переключается из одного временного плана в другой: между ними постоянны наплывы и диафонии. Эпос мифологизирует историю, роман историзирует миф. В романе-эпосе открывается путь для двух историософских концепций Толстого. Ритуально-мифологические схемы во многом определяют сюжетную структуру романа-эпоса, в котором древние мифопоэтические топоры органически связаны с новыми художественными приемами, с «новыми» в смысле разновидности «вечного».

⁹ «На дороге, на „большой дороге“ [...] могут случайно встретиться те, кто нормально разъединен социальной иерархией и пространственной далью, здесь могут возникнуть любые контрасты, столкнуться и переплестись различные судьбы». Бахтин М. Время и пространство в романе. // Вопросы литературы. – № 3. – 1974. – 175.

Толстой, изобретая новое, обретает древнее. Это – миф, уже не заимствуемый, но заново творимый. Новаторство Толстого заключается в том, что у него закрытая романная структура сростается воедино с открытой структурой эпоса.

В отличие от двух динамических героев, которые ищут истину на вертикали духа, Николая Ростова не занимают интеллектуально-теоретические и метафизические вопросы бытия. Для него важно не понимание мира, а выживание в нем. «В мужчинах Ростов терпеть не мог видеть выражение высшей, духовной жизни (оттого он не любил князя Андрея), он презрительно называл это философией, мечтательностью» [4, т. 7, с. 32]. Николаю Ростову необходимы только храбрость и решительность, чтобы живым выйти из смертельного лабиринта войны. Для него сабля важнее нити. Он отправляется на войну неопытным юнцом и выходит из нее закаленным бойцом. Он отдается судьбе, как мужчина. Двумя ногами стоит он в действительности, полный решимости идти своим путем, редко оказывается перед выбором направлений, поэтому редко попадает в тупик. Ростов чувствует себя по-настоящему дома в полку, где нормы поведения диктуются писаными и неписаными правилами офицерского кодекса. Если кто не соблюдает их, тот сбивается с пути. «Не было этой всей безурядицы вольного света, в котором он не находил себе места и ошибался в выборах» [...] Все, что «представлялось столь трудным в *миру*, а в полку столь возможным» [4, т. 5, с. 131, 132]. Он малый славный, для которого «долг и присяга выше всего». Вопреки всей его посредственности, он является тем, кто осуществляет на практике основную мысль «Войны и мира»: перековывает меч на орала. В эпилоге, однако, во сне Николеньки появляется и осуждение посредственности. Власть может сделать его приспешником преступления.

Прозорливый Тесей-Кутузов тоже «был убежден, что ему было предназначено спасение России» [4, т. 6, с. 284]. Однако он не хотел, подобно жаждущим награды генералам, конфронтировать с чудовищем, он следует тактике затяжек и отсрочек, за что Долгоруков называет его «старым Кунктатором» [4, т. 1, с. 326]¹⁰. Его героизм направляется не наружу, а вовнутрь. Тактику и стратегию Кутузова мы можем наиболее метко определить как «мудрое, деятельное бездействие» (Пушкин). Прибавим к сказанному: его недеяние существует не ради ничегонеделания, а ради ненарушения естественного порядка и хода вещей. Избегая излишнего кровопролития, он заманил Наполеона до Москвы – «нет сильнее тех двух воинов

¹⁰ Cunctator – медлитель, прозвище римского полководца Фабия, избежавшего сражения с Ганнибалом во второй Пунической войне.

терпение и время; те всё сделают» [4, т. 6, с. 181]. Здесь противостоят друг другу извечный конфликт добра и зла. Судьба не заставляет его совершать бесполезные попытки найти выход из путаницы, а призвана испытать его настойчивость и терпение.

Среди современных романистов Толстой первым поставил вопрос о силе и власти не в физическом, а в моральном аспекте. По его мнению, ход истории и провиденциален, и в то же время не избавлен от случайностей. При описании Бородинского сражения он сравнивает войну с шахматами. Несомненно, что в шахматной игре есть что-то от скрытых в ней многочисленных комбинационных возможностей лабиринта, цель которых – поставить главную фигуру – короля – в такое положение, откуда нет выхода. Наполеон произносит: «Шахматы поставлены, игра начнется завтра» [4, т. 6, с. 231]. В такой «игре» возможны либо выигрыш, либо сокрушительное поражение и даже гибель.

Имеется взаимозависимость между лабиринтом и охотой, и битвой. Ритуал стратегии и тактики псовой охоты во многом схож с военными¹¹. По наблюдению С. Бочарова, описание ростовской охоты – это «в миниатюре прообраз ситуации двенадцатого года» [6, 22]. Толстой ставит параллельно преследование противника с поиском зверя, загонем его в ловушку и поимкой. И то и другое описывается одними и теми же словами. Наполеон оказался при Бородине в ловушке. В первом варианте текста «Войны и мира» Толстой цитирует басню Крылова «Волк на псарне»: «Ты, Бонапарт, волк, ты сер, а я, брат, сед...» Однако Кутузов обрушивает на голову зверя не обоюдоострый меч (*labrys*), а дубину народной войны. Зверь был смертельно ранен под Бородином, но французское войско еще могло докатиться до Москвы. Прежнее счастье отвернулось от Наполеона. Он попытался выбраться из лабиринта-путаницы тем же путем, каким добрался до Москвы, но потерял четыре пятых своей армии в 453 тысячи человек. Русская Немесида постигает Наполеона, злоупотребляющего силой. Российский поход для него закончился траурно. Мировой порядок нельзя нарушить безнаказанно, ни одна обида не останется без возмездия. Злодейство получит воздаяние за содеянное. Всенародный гнев обрушился на Наполеона. Победители сослали «зверя» на Эльбу, а потом на остров Святой Елены, а Тесея-Кутузова же, спасителя России и Европы, везде восторженно чествовали.

4

Связывание путеводительницы с женственностью свойственно многим ритуалам посвящения. Этот кормчий дух чаще представлен властительницей (нежели властителем) посвящения, олицетво-

¹¹ Война «у архаических народов это тоже ритуал». Кереньи Карой Мифология. [статьи; пер. с венг. Ю. Гусев и др.]. – М.: Три квадрата, 2012. – С. 40

ряющей высшую женственность, как София в православии или Афина Паллада, древнегреческая богиня мудрости. Еще Дельфийский оракул советовал Тесею, чтобы он взял в помощницы богиню любви, остерегающую от лабиринта заблуждений и указующую дорогу в жизнь. Любовь, как движущая миры сила, имеет большое значение, но не решает проблемы бытия, по крайней мере для князя Андрея. Его жена умирает при родах, как и Ариадна, согласно кипрскому варианту мифа. Наташа, как воплощение вечной женственности, тоже не оказалась спасительной силой для него. Из ее рук выскользнула нить жизни, ведущая из лабиринта. Когда Наташа при смертном одре князя Андрея вяжет чулки, «она сделала движение – клубок скатился с ее колен. Она вздрогнула, оглянулась на него и, заслоня свечу рукой, осторожным, гибким и точным движением изогнулась, подняла клубок и села в прежнее положение» [4, т. 7, с. 68].

Черноволосая Наташа-Ариадна является мифологизированным образом женщины, ведущей от боли к счастью, которую окружает поэтический ореол любви. Характернейшая ее особенность – открытость к бытию, переполненность жизнетворными силами. Ей ничто не казалось запутанным и трудным. Благодаря ей потенциально могут возродиться и очиститься мужские герои романа: князь Андрей, которому она невеста, и Пьер Безухов, женой которого станет. Даже ее имя намекает на возрождение: Наталия (*dies natalis Domini*) – происходит от «дня рождения Господня». Некогда его давали девочкам, родившимся на Рождество. Между именем и его обладателем возникает магическая связь¹².

Бьющая ключом жизненная сила и природная устремленность к небесному являются ее существенным признаком. В ней есть какая-то эфирная, спиритуальная черта. «Ее душу как будто связывало ее тело». Она хочет вырваться из обыденности жизни и вспорхнуть в небо. «– Нет, ты посмотри, что за луна!.. Ах, какая прелесть! Ты поди сюда. Душенька, голубушка, поди сюда. Ну видишь? Так бы вот села на корточки, вот так, подхватила бы себя под коленки – ту же, как можно ту же, натужиться надо, – и полетела бы. Вот так!» [4, т. 5, с. 164].

Луна и птица с архаических времен символизируют душу. Луна – женский принцип, место обитания души. Серб Луны является феминистическим символом девственной чистоты и невинности. Венера и Диана носили на голове лунный серп, в христианской мифологии его можно часто видеть у ног Мадонны. Согласно Юнгу, прекрасноволосая Ариадна является великой богиней Луны мира Эгейского моря. Боевую природу Пьера Толстой подчеркивает, сравнивая его с «бодящимся быком». Эпитет с «бы-

¹² См. «Миф есть развернутое магическое имя». Лосев А. Ф. Миф, число, сущность. – М.: Мысль, 1994. – С. 218–232.

чьей» семантикой позволяет судить о характере героя. Ему противопоставляется воздушно-птичья природа Наташи. Даже этот идеальный женский образ не без греха. Элен и Анатолий устраивают западню, и наивная Наташа попадает в их сети. Два интригана подозреваются Толстым в кровосмешении брата с сестрой¹³. Анатоля он называет «мужской магдалиной», «дьяволом», что означает «возмутитель». Он змий-искуситель, пробуя сбивать Наташу с праведного пути, но ему так и не удалось похитить ее. Увлечение Наташи Анатодем – «самое важное место романа – узел» [4, т. 18, с. 671]. Свидетельствует о способности общества разрушить добрые, естественные, простодушные человеческие свойства.

«Измена» Наташи, попытка бегства с «домашним чудовищем», злым обольстителем Анатодем Курагиным, может составить параллель поступку Ариадны, которая после того, как помогла убийству сводного брата (Минотавра), убегает из отчего дома. В этом поступке олицетворяется стихийная сущность «предвечной неверной жены», но женщины, верной своей женской сущности. Наташа, не имея представления о грехе, выходит за порог невинности, но нельзя же познавать добро и зло, оставаясь в детской невинности. Неведение и опыт-переживание – два соотнесенных состояния души человеческой. Лишь утратив свою неискренность, Наташа удостоивается истинного счастья в финале романа, где за мнимой изменой следует установление неизменной верности.

Обворожительная Наташа Ростова связывает судьбы двух философствующих героев, Пьера Безухова и Андрея Болконского, живым звеном цепи. Наташа становится женой Пьера, что сигнализирует о выборе Толстым из двух противоположных жизненных философий. Князь Андрей ставит перед собой высокий жизненный идеал, который сталкивается со всем посредственным. В этом заключается этический максимализм его характера. Пьер же, напротив, подкаблучник в тепле семейного очага, который вместе с женой провозглашает преимущества простого бытия. «Пьер и Левин – философствующий разум, христианская совесть обоих произведений – под башмаком своих жен, Кити и Наташи, плодовых самок, которые на все их „умствование“ возражают безмолвным и неотразимым доводом – появлением на свете нового ребенка. [...] На самой вершине своего произведения, одного из величайших зданий, когда-либо воздвигнутых людьми, творец „Войны и мира“ водружает это циническое знамя – „пеленки с желтым пятном“ – как путевое знамя человечества» [7; 10, 54–55].

¹³ По некоторым представлениям антихрист явится на свет «от кровосмесительной связи». Аверинцев С. С. «Антихрист» // Мифологический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 52.

О цинизме нет и речи. Красота и молодость (Толстой называет Наташу «поэтическим бесенком») не находятся в прямом противоречии с ценностями, представленными зрелой Наташей: с супружеской верностью и материнскими заботами. И то, и другое относится к субстанции вечной женственности. Первая является эстетической фазой, вторая – этической. В ее архетипическом образе сокрыты континуальность и идентичность девственной и плодотворной Наташи. Весь роман держится воедино всеобъемлющим женским принципом, как никогда не обрывающейся «нитью жизни» (пуповиной)¹⁴. Толстой подчеркивает, что жизнь непобедима, рядом с ней кажется ничтожным все. Роман, так же как эпос Гомера, заканчивается архетипическим топосом – «возвращением домой» (по древнегречески *nostos*): обретением родного приюта после многих невзгод и страданий. В более широком смысле – это коллективное возвращение домой России под знаком национального единства и «сопряжения».

Однако нелегко, чтобы мощь русских Тесеев растрчивала свои силы «в сладострастном рабстве» Омфал. Умиротворенная атмосфера детской комнаты в эпилоге омрачена темными тучами надвигающегося декабристского восстания. Финал не загадка, а следующая загадка.

Наряду с Наташей путь, ведущий из круга проблем романа, представляется Марьей Болконской. В ритуале нравственного очищения героев в финале романа они двое наставничают. Это – архетипы тех излучающих свет женщин, на которых держится мир. Они берут на себя роль проводника или посредника по отношению к внутреннему миру, чтобы подготовить своих мужей к более духовной жизни. Толстой неслучайно обращает внимание на блестящие, «лучистые глаза» княжны Марьи, соотносящиеся со светящимся венцом (коронай) Ариадны¹⁵. Глаза персонажей Толстого индивидуализированы и выразительны, на них метонимически переносятся свойства их обладателей.

После смерти отца княжна Марья не может уехать из имения, которому угрожает захват французскими войсками, потому что взбунтовавшиеся крестьяне не дают ей телегу (повозку) и лошадей. Скорбящую деву спасает из рук неприятелей храбрый гусар. Мы являемся свидетелями лабиринтной

¹⁴ В данном контексте можно провести параллель между рождением и лабиринтом, выдвинутым Зигмундом Фрейдом: «К примеру, история Лабиринта является отображением анального рождения, когда родовыми путями служат кишки, а пуповина – это нить Ариадны». Фрейд А., Фрейд З. Детская сексуальность и психоанализ детских неврозов / Сост. и ред. Решетников М. М. – СПб.: Изд.: Восточно-Европейский Институт психоанализа, 1995. – С. 441.

¹⁵ Корона в греческой мифологии обозначает «сияющий» – это атрибут луны-богини Ариадны. По некоторым версиям мифа, Тесей, благодаря ее сиянию, нашел во тьме выход из лабиринта.

игры¹⁶, в ходе которой девушка занимает место в центре и ждет юношу, который освободит ее. Николай Ростов первым сразу догадался, что в этой встрече есть что-то романное и судьбоносное. «Беззащитная, убитая горем девушка, одна, оставленная на произвол грубых, бунтующих мужиков! И какая-то странная судьба натолкнула меня сюда!» [4, т. 6, с. 167] Марья благодарит Ростова за спасение, и позднее она становится его женой. Графиня Ростова во встрече княжны Марьи с Николаем видела «промысел Божий». По ее мнению, во всем, что делалось теперь, начинала выступать скрывающаяся прежде от взгляда людей «всемогущая рука». В христианском эпосе (*epopea christiana*) Тесея сменяет Христос, Ариадну – Одигитрия, которая переводится с древнегреческого как «Указующая путь», «Путеводительница». В Бородино солдаты и офицеры несли большую, с черным ликом в окладе, икону Богородицы. Это была икона, вывезенная из Смоленска, и с того времени возимая за армией. В конце романа нить Ариадны трансформируется во сне Николеньки в христианский символ – нить Богородицы «le fil de la Vierge», соединяющую земные и небесные реальности. На античную символику явно наслаиваются христианские мотивы.

В эпилоге все завязывается вместе, все сходится воедино. Толстой показывает две счастливые четы – Пьера и Наташу, Николая Ростова и княжну Марью. В связи с обеими решающими оказываются основные семейные начала Ростовых («ростовская порода»): ощущение взаимной любви и тепла домашнего очага, которые являются главной основой идентификации личности и национального сознания. Неслучайно в начале романа Николай и Наташа Ростовы поют «квартет Ключ». В их доме жизнь ключом кипит. В широком смысле излучающие ростовскую энергию герои придают действию ту ось, вокруг которой разворачивается судьба остальных героев. В княжне Марье в меньшей мере присутствует субстанция Болконских (этический максимализм отца и сына). Это делает возможным соединение ее мира с миром Ростовых, жизнерадостность которых уравновешивает трагический мир Болконских. Среди закоулков лабиринта имеется дорожка, ведущая обратно к центру бытия: ростовская. Ростовское жизнерадостное начало восторгается. После ощущения опасности смерти и катастроф все выходит из лабиринта очищенными и возрожденными и начинают новую жизнь. Человек, вышедший из лабиринта, уже не является тем, каким он туда попал.

Главным средством очищения считалась вода, как первостихия. Слова Гомера из «Илиады» могут

быть применены к Пьеру: «Да будет готова теплая ванна, как с боя он в дом возвратится» (пер. Н.И. Гнедича). Наташа говорит княжне Марье о Пьере: «Он сделался такой-то чистый, гладкий, свежий; точно из бани, ты понимаешь? – морально из бани» [4, т. 7, с. 272]. Слова о мифоритуальном омовении и омоложении героев могут быть отнесены не только к протейскому Пьеру, но и к ней, и к остальным, вышедшим искупительными страданиями из ада войны. Только после очищения огнем и водой представляется возможность «ouvrir une carrière» (открыть поприще). Очистительный огонь (мужской принцип) уничтожает, вода (женский принцип) оживляет. Умиротворение и любовь омыают кровоточащий мир. Все это отражается в читателе и физиологически: одновременно он ощущает и тепло и холод (теплохладность). Смерть Андрея Болконского ужасает, рождение детей Наташи и Марьи Болконской вызывает метафизическое утешение. Только самые великие художники способны выразить радость через печаль; вызвать волнообразное колебание нашего настроения, когда радость и счастье сменяются горем и болью, а затем вновь возвращаются к своим высшим точкам.

5

Ритуалы лабиринта часто закрепляются в памяти коллектива с помощью культовых танцев, сопровождаемых пением. Древние говорят, что лучший способ передвижения по лабиринту – это ритуальный танец. По мнению Карла (Кароя) Кереньи, все исследования, связанные с лабиринтом, должны начинаться с танца, которым молодые празднуют освобождение от чудовища. «Танец, по своему существу всегда праздничен» [8, 310]. Семь юношей и семь девушек исполняют танец журавля (по-гречески *geranos*), посвященный памяти нити, которая помогла им выбраться из лабиринта к свету. Они подражают кругообразному свадебному танцу журавлей, намекая на космический кругооборот планет. Танцоры выстраиваются в единую линию, образуя цепь. Они держат в руках бечёвку, шелковый платок или шаль, с помощью которых ведущий тянет танцующих сначала вокруг внутрь круга направо, потом из круга налево. Танцы-лабиринты имеют две части: в первой имитируются движения в витиеватых путях лабиринта, а во второй – вновь обретенный путь. «В некоторых лабиринтах танцоры держали в руках бечёвку, которая помогла им сохранять нужную дистанцию и безошибочно исполнять все фигуры. Эта бечёвка могла навеять историю о клубке ниток» [9; 10, 98; 194].

В романе Толстого бесчисленное множество танцевальной хореографии. Танцующие двигаются по правилам установленной хореографии, закодированные в геометрическую форму. Танцующие чаще всего располагаются друг против друга и движутся

¹⁶ Можно сослаться и на старого князя Болконского, играющего в своеобразную лабиринтную игру со смертью: в своем многокомнатном дворце он «каждый день менял место своих ночлегов», чтобы его не нашла смерть.

по спирали. Уже в начале романа мы встречаемся с поющими и танцующими солдатами, и ближе к концу, после победы под Красным, один солдат начинает петь и кружиться в вихре безумного танца. Песня и танец являются универсальным языком, который раскрывает души и соединяет людей. Когда партизаны берут в плен Рамбаля и его денщика Мореля, то вместе поют французскую песню. Война может создавать не только конфликты, но и контакты.

Гражданские персонажи тоже часто поют и танцуют, не только на балах, но во время всевозможных праздников. Танец – это телесное выражение души. Наташа на совместных именинах с матерью пляшет с отцом древний шотландский танец Данилу Купора (Daniel Cooper). В доме Ростовых молодые на Рождество танцуют *pas de châte* (танец с шалью), который исполняется цепочкой (*chaîne*) танцующих. Князь Андрей исполняет с Наташей на первом балу французский котильон, в котором непрерывно менялись местами пары, образуя *grand-rond* (большой хоровод). После удачной охоты Наташа в доме дядюшки с большим энтузиазмом пляшет с платком в руке русский народный танец «Барыню». Во время рождественского веселья в Мелюковке молодые дворянские девушки и юноши вместе с наряженными дворовыми танцуют русские круговые пляски и хороводы. Все это можно поставить во взимозависимость между древним танцем лабиринта и космическим круговоротом, имитирующим самое совершенное пространственное движение в категории времени. Стихийный хаос нарушает существующее равновесие сил, ритуальный танец восстанавливает правильный иерархический строй космоса. Таков закон космического движения и манеры выразительного танца.

В эпилоге Николай думает о том, что он со своей любимцей, трехлетней черноглазой Наташей, когда она вырастет и он начнет вывозить ее старичком, и, «как бывало, покойник отец, танцовывал с дочерью Данилу Купора, пройдет с ней в мазурке» [т. 7, с. 277]. Ростов хочет жить, как жили деды и отцы. Он воспринимает свою жизнь как цепь поколений, сменяющихся одно за другим, в которой работает нерушимая жизненная сила. Перед нами разворачивается нескончаемое течение жизни, вечная игра ее волны, несущейся вниз, чтобы затем опять подняться ввысь и продолжать до бесконечности эту игру. Вечный круговорот вспышки и угасания, взлета и падения происходит снова и снова, неизменным образом, не прерываясь. Создается впечатление циклического круговращения вокруг постоянного центра колеса бытия. Рождение и смерть, начало и конец, альфа и омега, бытие и небытие в вечном кругообороте. Осуществляется диалектика жизни-смерти. Исчезает из жизни трагедия, коренящаяся в однократности и неповторимости индивидуума. Образуется разомкнутая структура с тенденцией к безначальности и к бесконечности сюжета.

«С женщиной неразрывно связано дитя» [8, 482]. В эпилоге у Наташи три дочери и сын, княжна Марья ждет четвертого ребенка. Имена детей повторяют предыдущие: Андрюша, Наташа, Петя. Круговорот жизни повторяется, осуществляется циклическая цепь поколений, которую вслед за Гомером называют золотым поясом Венеры. В их доме шла «нерушимо правильная жизнь» [4, т. 7, с. 272]. Это уже преображенная жизнь, в которой скрыта тайна бытия. Финал «Войны и мира» – это прообраз неиссякаемой жизни и жизнерадостности. История мыслилась Толстым как бесконечное движение по кругу, как принцип вечной циклической регенерации мира.

Лабиринт может иметь центральную точку с Минотавром, чертом или антихристом. Это может быть какое-то настоящее или сакральное сокровище, красивая женщина, а может быть и городом, например Москвой, куда похититель Европы стремится. «Для того, чтобы идти тысячу верст, человеку необходимо думать, что что-то хорошее есть за этими тысячами верстами. Нужно представление об обетованной земле для того, чтобы иметь силы двигаться» [4, т. 7, с. 125]. Наполеон однажды ставил вопрос так: «Правда ли, что Moscou называют Moscou la sainte? Сколько церквей в Moscou?» [4, т. 6, с. 37]. Для православных Москва является таким же святым городом, сакральным объектом, каким для католиков является Рим. Все внимание сконцентрировано вокруг этой центральной точки. Здесь можно найти цель и значение военного нашествия Наполеона. Москва-матушка – душа всей России. «Всякий русский человек, глядя на Москву, чувствует, что она мать; всякий иностранец, глядя на нее и не зная ее материнского значения, должен чувствовать женственный характер этого города, и Наполеон чувствовал его»¹⁷. После того, как он расстелил пред собой карту Москвы, он подозвал переводчика и сказал ему: «Город, занятый неприятелем, подобен девушке, потерявшей невинность» [4, т. 6, с. 337]. Однако Наполеон напрасно ждал в Кремле бояр с ключами от города. Москва «была пуста, как пуст бывает умирающий обезматочивший улей».¹⁸ Одно из предназначений лабиринта – это охранение сакрального центра. Город-лабиринт с его зигзагообразными узкими улочками, перекрестками, тупиками и крепостями таит опасности. Каждый

¹⁷ Этот абзац отсутствует в 22-томном издании, поэтому цитируем по следующему изданию: Л.Н. Толстой Война и мир. М.: Государственное издание «Художественной литературы», 1949. Т. 2. С. 320.

¹⁸ Улей – защитный материнский символ – означает Москву-матушку, родную землю, управляемую женскими силами природы.

случай подчеркивает, что в ходе вторжения могут высвободиться опасные силы: пожар (сожжение Москвы), покушения, партизанские набеги. В символическом значении город, как опустевший улей, связан со смертью. Через три недели Наполеон был вынужден бежать из русской столицы, боясь, что «здесь заключенный погибнет»¹⁹.

7

Укорененный в сознании человека мифопоэтический тоpos лабиринта накладывает отпечаток на все им создаваемое: петроглифы, сады, города, лавры²⁰, романы, даже язык и т. п. Мережковский по праву сравнивает «Войну и мир» с монументальным зданием, поскольку книгу можно воспринимать как современную трансформацию лабиринта²¹. Перефразируя слова Вяч. Иванова, Толстого можно назвать «величайшим из Дедалов», с той разницей, что он был зодчим смыслового лабиринта (архитектором фразы). Одной из главных задач писателя Толстой считает создание архитектоники романа. Несомненно, возникает корреляция между ансамблем зданий, состоящим из сложной системы странных коридоров, залов, подвалов, и синтаксической структурой языка. Язык, как механизм реорганизации пространства и времени, по его структурному строению и развитию гомологичен с городом²². Город выступает в качестве своеобразного текста-лабиринта. Пространные периоды романов Толстого состоят порою из сотни слов. Нагромождение толстовских периодов соответствует извилистым дорожкам лабиринта.

¹⁹ В одной из семейных усыпальниц североафриканского города Гадрумент найдена изображающая лабиринт мозаика с надписью: „Hic inclusus vitam perdit“. Утверждение о невозможности возвратного пути трансформируется в знаменитое изречение над воротами дантова ада: «Оставь надежду, всяк сюда входящий».

²⁰ Византийские монастыри, окруженные стеной, назывались «лабра», откуда произошло русское название «лавра». Древнегреческое слово происходит от корня «лабра» – «улица, переулок, ущелье». Другая возможность – происхождение от слова «лабрис» – так назывался церемониальный топор с двумя лезвиями, который в древности использовался на Крите.

²¹ В романе «Имя розы» Умберто Эко и в рассказе «Вавилонская библиотека» Хорхе Луиса Борхеса в качестве лабиринта выступает библиотека.

²² «Наш язык – писал Витгенштейн – можно рассматривать как старинный город: лабиринт маленьких улочек и площадей, старых и новых домов, домов с пристройками разных эпох; и все это окружено множеством новых районов, с прямыми улицами регулярной планировки и стандартными домами». Задача философа помочь человеку разобраться в неоднозначности и путанице языка: «помочь мухе выбраться из бутылки». Wittgenstein Ludwig. Philosophische Untersuchungen. – Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1990. – С. 245.

Язык «Войны и мира» характеризуется «стилистической многоязычностью»: в нем встречаются предложения не только на латинском, итальянском, французском, немецком и русском языках, но имеются диалекты и профессиональные слова, связанные с жизнью солдат, с крестьянской работой, охотой, танцем. Герои постоянно переходят с французского на русский и обратно. Один из генералов говорит по-русски, но с французским акцентом. На военном совете план оглашается на немецком. Русский солдат, подражая языку противника, лопотал на непонятном французском языке, произнося французские слова согласно русским фонетическим правилам.

Когда Наполеон вторгся в Россию, наблюдалась смена парадигм. Пришел конец доминанты французского языка и культуры. Парадоксально, но факт, что упадок французского языка, бывшего языком образованных русских, наступил благодаря Наполеону. Именно он явился причиной того, что русские не признавали больше превосходства французского языка и культуры. Война была и языковой войной. На языке противника не хотел говорить больше ни один русский. Франкоязычный «князь Голицын русского учителя взял, по-русски учиться». Жюли теперь уже по-русски пишет письмо княжне Марье. Во многих обществах Москвы было положено говорить только по-русски, и те, которые ошибались, говоря французские слова, «платили штраф в пользу комитета пожертвований». Речью героев Толстой дает ключ к пониманию их и тогдашней эпохи. Языком общения в начале века был французский. Отчасти этим объясняется то, что в четвертом издании романа (1886) он снова восстановил французский текст, русифицированный в издании 1873 г. Но отчасти и потому, что от утомительной работы расшифровки языка освободить читателя нельзя: необходимо до конца пройти путь, проторенный автором.

Принцип лабиринта мы можем отнести и к языковым ракурсам (запутанной речи), которые воздействуют на структуру текста. Герои романа часто видят тяжелые сны, слышат странные звуки, являющиеся эквивалентом бредового лабиринта. Предсмертный горячечный бред Болконского можно трактовать как неспособность выйти из затруднения, как запутанный языковой лабиринт. Кстати, слова «бред», «бредовый» имеют значение «непроходимый». В этимологическом словаре Фасмера «брести» означает идти по бездорожью, в грязь, в топь, вброд, т. е. пребывать в затруднении [11; 1, 210].

8

Выбравшись Тесеем-читателем из текстового лабиринта «Войны и мира», пора восстановить нить разговора и сделать несколько выводов. Эллинисти-

ческая красота творчества Толстого проникнута светлой печалью греческих эпосов, в которых этос жизни всегда преодолевает пафос смерти. Роман-эпопея венчается сложной гармонией, вобравшей в себя и элементы дисгармонии. Это в полном согласии с классическим каноном: все равно, через сколько лабиринтов должен пройти герой, автор должен завершить свое сочинение и растворить конфликт в катарсисе. Функция искусства – вывести человека из экзистенциального лабиринта. Лабиринт как универсальная мифологема является средством перехода из хаоса войны в космос мира.

Художник тогда нуждается в образах, когда глубинная правда бытия не может быть выражена непосредственно, а только с помощью архетипических топосов и мифологических символов, которые показывают суть невидимого изображениями видимой действительности. Итак, в контексте лабиринта имеет одновременно конкретное и универсальное значение, точно так же как герои являются архетипами и незабвенными индивидами. Индивидуум может быть лучше понят в свете архетипа. Партикулярные характерные черты героев глубже обнаруживаются в сопоставлении с архетипами. По словам Карла Густава Юнга, «тот, кто говорит архетипами, глаголет как бы тысячей голосов, он охватывает и увлекает; при этом он подымает изображаемое им из мира единократного и преходящего в сферу вечнующего; притом же и свою личную судьбу он возвышает до всечеловеческой судьбы и через это высвобождает и в нас благотворные силы, которые во все времена давали человечеству возможность выдерживать все беды и пережить даже самую долгую ночь. В этом тайна воздействия искусства» [12, 62–63].

Университет в Дебрецене (Венгрия)

Хайнади З., доктор филологических наук, профессор кафедры славистики

E-mail: hajnady.zoltan@chello.hu

Debrecen University (Hungary)

Hajnady Z., Doctor of Philology, Professor of Slavic Department

E-mail: hajnady.zoltan@chello.hu

ЛИТЕРАТУРА

1. Юнг К. Г. Попытка психологического истолкования догмата о Троице / К. Г. Юнг // Ответ Иову. – М.: Канон, 1996.
2. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин // Собр. соч. : в 7 т. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – Т. 6.
3. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1975.
4. Толстой Л. Н. Собр. соч. : в 22 т. / Л. Н. Толстой. – М.: Художественная литература, 1978–1985.
5. Громов П. П. О стиле Льва Толстого. «Диалектика души» в «Войне и мире». Л.: «Художественная литература».
6. Бочаров С. Роман Л. Толстого «Война и мир». Изд. 3-е. – М.: Художественная литература, 1978.
7. Мережковский Д. Л. Толстой и Достоевский. Жизнь и творчество // Полное собрание сочинений в 24 томах. М.: Библиотека Русского Слова. Типография т. в. И. Д. Сытина, 1914.
8. Кереньи Карой Мифология. [статьи; пер. с венг. Ю. Гусев и др.] / Карой Кереньи. – М.: Три квадрата. – 2012.
9. Kerényi Károly. Labyrinth-Studien // Kerényi Károly. Labyrinthos als Linienreflex einer mythologischen Idee. Zürich : Albatros, 1968.
10. Кереньи Карл. Дионис: Прообраз неиссякаемой жизни / Карой Кереньи / Пер. : А. Фролов, Л. Попова. – М.: НИЦ «Ладомир». – 2007.
11. Santarcangeli Paolo. A labirintusok könyve (Il libro dei labirinti) / Paolo Santarcangeli. – F.: Karsai Lucia; Budapest : Európa Könyvkiadó, 2009.
12. Фасмер Макс. Этимологический словарь русского языка / Макс Фасмер. – М.: Прогресс, 1986.
13. Jung C. G. Über die Beziehung der analytischen Psychologie zum dichterischen Kunstwerk / C.G. Jung // Seelenprobleme der Gegenwart. Zürich : Rascher Verlag, 1950.

К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

С. Н. Черникова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 26 января 2014 г.

Аннотация: статья посвящена определению национальной специфики русских и английских фразеологизмов, включающих наименования земной поверхности. Исследование выполнено в рамках сопоставительно-параметрического метода с использованием ряда формализованных параметров.

Ключевые слова: национальная специфика, фразеологизм, семантический признак, сопоставительно-параметрический метод, индекс, шкала.

Abstract: the article is devoted to the national specificity of Russian and English phraseological units including the earth's surface component. The research is done on the basis of comparative-parametric method using a range of formalized parameters.

Key words: national specificity, phraseological unit, semantic feature, comparative-parametric method, index, scale.

На современном этапе развития лингвистики особую значимость приобретают исследования, целью которых является выявление национальной специфики отдельных частей языковой системы. В рамках сопоставительно-параметрического метода, зародившегося и успешно развивающегося в Воронежском государственном университете, нами была предпринята попытка определить и описать национальную специфику фразеологизмов, включающих наименования земной поверхности в русском и английском языках. Для выявления характера национально-специфических различий исследуемых фразеологизмов нами были использованы следующие формализованные параметры:

относительная фразеологическая плотность – отношение количества фразеологизмов, развиваемых лексемами исследуемой группы в одном языке, к количеству фразеологизмов, развиваемых лексемами исследуемой группы в языке сопоставления;

индекс продуктивности семантического признака развития слова – отношение количества производных семантических единиц (в нашем случае – фразеологизмов), мотивированных данным семантическим признаком, к общему количеству фразеологизмов, образованных от рассматриваемой лексики [2, 11];

индекс продуктивности семантического признака развития лексем в группе – отношение количества производных семантических единиц (в нашем случае фразеологизмов), мотивированных данным семантическим признаком, к общему количеству производных от лексем группы фразеологических единиц [2, 19];

средний индекс продуктивности одноименных семантических признаков – среднее арифметическое сумм продуктивности одноименных семантических признаков [3, 93];

средний индекс продуктивности эндемичных семантических признаков – среднее арифметическое сумм продуктивности эндемичных семантических признаков [3, 93];

средний индекс продуктивности семантического признака – отношение количества семантических признаков, мотивирующих развитие фразеологизмов в группе, к количеству развиваемых лексемами фразеологизмов [3, 92].

Для интерпретации полученных результатов и выявления национальных особенностей исследуемых групп фразеологизмов мы использовали шкалу оценки степени проявления национальной специфики лексики С. В. Колтаковой–С. И. Деркач [1, 18], согласно которой, национально-специфические различия по индивидуальным параметрам сравнения могут быть охарактеризованы как *несущественные, видимые, заметные и существенные*.

На заключительном этапе исследования, чтобы сделать общий вывод о степени выраженности национальной специфики рассматриваемых групп фразеологизмов, нами использовалась шкала степени выраженности национальной специфики лексической группировки, разработанная С. В. Колтаковой, и впоследствии уточненная и дополненная С. И. Деркач [1, 21]. Данная шкала позволяет определить национальную специфику сравниваемых лексических группировок как *неярко выраженную, умеренно выраженную, ярко выраженную или гипервыраженную*, в зависимости от количества преоб-

ладающих типов расхождений в показателях сопоставляемых индексов.

В русском языке было выявлено 24 фразеологизма, включающих два наименования земной поверхности: **почва**, **дно**, в английском языке – 47 фразеологизмов, включающих четыре наименования земной поверхности: **ground**, **soil**, **sod**, **turf**. *Относительная фразеологическая плотность* для исследуемой группы фразеологизмов составила 2,0. Согласно шкале оценки степени проявления национальной специфики лексики С. В. Колтаковой – С. И. Деркач [1, 18], по параметру относительной фразеологической плотности у рассматриваемой группы фразеологизмов зафиксированы **существенные** различия.

В процессе рассмотрения фразеологического развития лексем с наименованиями *земной поверхности* нами были выделены семантические признаки, релевантные для фразеологического переноса в русском и английском языке. В русском языке было выявлено восемь семантических признаков: **основание** (благодатная почва), **большое количество** (испить горькую чашу до дна), **глубина** (со дна морского достать), **опора** (выбивать почву из-под ног), **источник развития** (приготовить почву), **низшая точка** (дно жизни), **убежище** (залечь на дно), **внутренняя поверхность** (глазное дно). В английском языке количество семантических признаков, релевантных для фразеологического переноса рассматриваемых лексем, равно девяти: **территория** (fight smb on his own ground), **опора** (be on slippery ground), **основание** (shift one's ground), **источник развития** (get off the ground), **источник опасности** (run into the ground), **источник благополучия** (happy hunting ground), **убежище** (go to the ground), **источник информации** (have an ear to the ground), **источник пропитания** (surf and turf). При этом в английском языке, в отличие от русского, два семантических признака оказались релевантными для фразеологического переноса нескольких лексем рассмотренной группы. Так, признак **территория** оказался важным для фразеологического развития четырех лексем: **ground** (be on one's own ground), **soil** (one's native soil), **turf** (a turf war), **sod** (under the sod). Семантический признак **источник развития** лег в основу фразеологического переноса у двух лексем: **ground** (break fresh ground), **soil** (virgin soil).

Значимость семантического признака во фразеологическом развитии наименований *земной поверхности* позволил определить *индекс продуктивности семантического признака развития слова* [2, 11]. Как показало проведенное исследование, в русском языке значения данного индекса варьируются от 7,8% до 45,4%, в английском языке – от 2,6% до 100%. Например, семантический признак **убежище** во фразеологическом развитии лексемы **дно** имеет значение индекса продуктивности равное 7,8%, а семантический признак **основание** в развитии лексемы **почва**

имеет индекс продуктивности равный 45,4%. В английском языке индекс продуктивности семантического признака **убежище** в развитии лексемы **ground** на фразеологическом уровне составил 2,6%, а индекс продуктивности семантического признака **территория** в развитии лексемы **sod** оказался равен 100% (данный семантический признак, лег в основу фразеологического переноса во всех фразеологизмах, образованных от рассматриваемой лексемы).

При сравнении семантических признаков, лежащих в основе фразеологического переноса лексем наименований *земной поверхности*, были определены как одноименные признаки, так и эндемичные семантические признаки. В общей сложности нами было зафиксировано четыре одноименных семантических признаков фразеологического переноса: **основание**, **опора**, **источник развития**, **убежище**. Эндемичными для английского языка оказались следующие пять семантических признаков: **территория**, **источник опасности**, **источник благополучия**, **источник информации**, **источник пропитания**. В русском языке было выявлено четыре эндемичных семантических признака: **глубина**, **внутренняя поверхность**, **низшая точка**, **большое количество**.

Оценить важность того или иного семантического признака в формировании фразеологизмов с наименованиями *земной поверхности* позволяет использование *индекса продуктивности семантического признака развития лексем в группе* [2, 19]. Результаты сопоставления индексов продуктивности семантического признака развития лексем в группе на фразеологическом уровне могут быть представлены следующим образом: см. табл. 1.

Как видно из таблицы 1, в группе русских фразеологизмов с наименованиями *земной поверхности* семантический признак **основание** является наиболее продуктивным (индекс продуктивности 20,8%). В английском языке наиболее продуктивным является семантический признак **территория** – показатель продуктивности составил 40,4%. Наименее релевантными для фразеологического переноса в русском языке оказались семантические признаки **убежище** (4,2%) и **внутренняя поверхность** (4,2%). Наименее продуктивными семантическими признаками в английском языке являются признаки **убежище** (2,1%), **источник пропитания** (2,1%) и **источник информации** (2,1%).

Для определения важности семантических признаков в английском и русском языках воспользуемся тремя формализованными показателями: *средним индексом продуктивности одноименных семантических признаков* [3, 93], *средним индексом продуктивности эндемичных семантических признаков* [3, 93], *средним индексом продуктивности семантического признака* [3, 92]. Полученные результаты представим в таблице 2.

Для интерпретации полученных результатов воспользуемся *шкалой оценки степени проявления национальной специфики лексики* С. В. Колтаковой–С. И. Деркач [1, 18]. Согласно данной шкале, *продуктивность одноименных семантических признаков* характеризуется **видимыми** национально-специфическими расхождениями, *продуктивность эндемичных семантических признаков* демонстрирует **несущественные** национально-специфические различия. Средний индекс продуктивности семантического признака отмечен **существенными** национально-специфическими расхождениями.

В целом из четырех использованных нами формализованных параметров по двум параметрам (*относительная фразеологическая плотность* и *средний индекс продуктивности семантического признака*) были зафиксированы **существенные** национально-специфические различия, по одному параметру (*продуктивность одноименных семантических признаков*) **видимое** расхождение и по одному параметру (*продуктивность эндемичных семантических признаков*) **несущественное** расхождение.

Чтобы сделать общий вывод о степени выраженности национальной специфики рассматриваемых групп фразеологизмов, воспользуемся *шкалой выраженности национальной специфики лексических группировок*, разработанной С. В. Колтаковой, и впоследствии уточненной и дополненной С. И. Деркач [1, 21]. Согласно данной шкале, преобладание **существенных** и **видимых** различий свидетельствуют об **умеренно выраженной** национальной специфи-

ке, в результате чего мы можем сделать вывод о том, что степень выраженности национальной специфики фразеологизмов, включающих наименования *земной поверхности* в русском и английском языках, может быть охарактеризована как **умеренно выраженная**.

Таким образом, с помощью сопоставительно-параметрического метода оказалось возможным не только определить национальную специфику развития лексем русского и английского языков на фразеологическом уровне, но и дать ей качественную характеристику. Представляется, что данная методика может быть использована при исследовании фразеологического развития других лексем сопоставимых наименований русского и английского языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Деркач С. И. Аспекты национальной специфики языка (на материале тематических групп «Политика» в русском и английском языках): автореф. дисс. ...канд. филол. наук / С. И. Деркач. – Воронеж, 2011.
2. Портнихина Н. А. Национальная специфика семантического развития слова (на материале наименований природных явлений и небесных тел в русском и английском языках): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Н. А. Портнихина. – Воронеж, 2011.
3. Черникова С. Н. Фразеологизмы, включающие наименования природных комплексов в русском и английском языках / С. Н. Черникова // Сопоставительные исследования 2013. – Воронеж : Истоки, 2013. – С. 86–95.

Таблица 1

Семантические признаки	Индекс продуктивности семантического признака развития лексем в группе	
	Русский язык	Английский язык
основание	20,8%	19,2%
опора	12,5%	8,5%
источник развития	12,5%	10,6%
источник опасности	0%	8,5%
источник благополучия	0%	6,4%
территория	0%	40,4%
убежище	4,2%	2,1%
источник информации	0%	2,1%
источник пропитания	0%	2,1%
глубина	16,7%	0%
внутренняя поверхность	4,2%	0%
низшая точка	12,5%	0%

Т а б л и ц а 2

Параметр	Русский язык	Английский язык	Разница в показателях параметров
Средний индекс продуктивности одноименных семантических признаков	12,5%	10,1%	2,4%
Средний индекс продуктивности эндемичных семантических признаков	12,5%	11,9%	0,6%
Средний индекс продуктивности семантического признака	33%	19%	14%

*Воронежский государственный университет
Черникова С. Н., аспирант, преподаватель кафедры
английского языка естественно-научных факультетов
E-mail: snch0303@mail.ru*

*Voronezh State University
Chernikova S. N., Post-graduate Student, Lecturer of the
English Language for Natural Sciences Department
E-mail: snch0303@mail.ru*

ЛОКУС КОММУНАЛЬНОЙ КВАРТИРЫ В РАССКАЗАХ М. ЗОЩЕНКО

П. О. Щербакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: статья посвящена роли локуса коммунальной квартиры в раскрытии особенностей сюжета и характера персонажей рассказов М. Зощенко. В работе прослеживаются связи между чертами быта советской эпохи и мировосприятием героев, авторского отношения к ним.

Ключевые слова: локус, хронотоп, автор, герой-рассказчик, сюжет.

Abstract: the article is devoted the role of the locus of communal apartment for the features of story and characters of the prose by Zoshchenko. This article contains the conclusions about connections with the features of Soviet era and the worldview of characters, the author's attitude.

Key words: locus, chronotope, the author, hero-narrator, story.

Герои М. Зощенко, попадая в различные бытовые ситуации, действуют в рамках определенного городского локуса. Как отмечает М. В. Яуре, «по отношению к герою эти «места» являются функциональными полями, попадание в которые равнозначно включению в конфликтную ситуацию, свойственную locus'у» [1, 93]. В рассказах М. Зощенко место действия является не только частью хронотопа, но и знаковой системой с уже определенным сюжетом. Особый интерес представляет локус дома: именно эта пространственная координата имеет огромное множество смыслов и связей с культурой и эпохой, определяет физическое, социальное и духовное пространство героев.

После революции 1917 года в России каждому новому этапу в экономике («военный коммунизм», нэп, индустриализация и коллективизация) соответствовал свой образ дома и система отношений людей, строящих свой быт в нем. Важно отметить, что в предреволюционные годы система жилья отражала социальную стратификацию населения. Дом – важная характеристика личности, ее экономического положения и индивидуальности. Бездомный человек, маргинал «выпадал» из общественной жизни, относился к безликой массе, но, как известно из истории, именно он, который сначала «был никем», в скором времени «стал всем». Под этого «нового человека», точнее, под того, кто должен был стать строителем социализма и коммунизма, советская власть меняет устоявшееся представление о доме. Теперь «в основу норм жилища изначально был положен классовый принцип, идея которого сводилась к улучшению бытовых условий неимущих слоев населения посредством «квартирного передела» [2, 178].

Именно это явление государственного масштаба наложило свой отпечаток на внутреннюю повседневную жизнь человека. Как отмечает И. Кулакова в работе «История московского жилья», «жилье было теперь «ничейным», а к тому же еще дармовым – в январе 1921 года квартплата была отменена. Это весьма раскрепостило новых жильцов, вселившихся в бывшие «барские квартиры» благодаря «квартирному переделу». Изменение быта воспринималось болезненно» [3, 162]. В чем проявилась эта болезненность? Она выразилась в разрушении оппозиции бытовых и исторических событий. Революция и гражданская война, давшие начало классовому и жилищному переделу, стерли границу между внутренним и внешним «домом». О важности этого разделения говорит В. Д. Лелеко: «Дом вообще можно рассматривать как основное место, locus повседневного пространства. Семантика пространства дома двойственна, как двойственна природа семьи, для которой дом служит резиденцией. Семья и дом обращены внутрь, к внутрисемейным отношениям и вовне, к связям с общиной, обществом. Дом «...живет как бы на границе открытого и закрытого пространства». Дом живет на границе двух миров: мира частной, повседневной жизни и жизни общественной, общественной, государственной. Границу, отделяющую и одновременно соединяющую два мира, можно представить в виде «эшелонизированной» вглубь территории» [4, 65].

Дом как пространство новой жизни, а вовсе не смерти, которой свойственна категория бездомности, изображен М. Зощенко в рассказе «Матреница» (1926). Само начало произведения указывает на черты политики «военного коммунизма», точнее, на решение жилищного вопроса, ей присущего: «Которая беднота, может, и получила дворцы, а Иван Савичу дворца, между прочим, не досталось. Рылом не вы-

шел. И жил Иван Савич в прежней своей квартирке, на Большой Пушкинской улице» [5, 73]. Главный герой не получил нового жилья, хотя он ведь был «при такой профессии... – маляр и живописец» [5, 73], что достоин был стать участником «квартирного передела», так как, будучи обычным рабочим человеком, хотел относить себя уже к творческой интеллигенции. Как отмечает рассказчик, он к тому же «пребедно жил». Сюжет произведения составляет случай смертельной болезни Ивана Савича и его чудесного выздоровления, причем причиной последнего является воля жены главного героя Матренищи. Излечился от своего недуга маляр, так как «не дала ему Матренища помереть»: выгнала из дома с целью достать денег на похороны. Иван Савич превратился в попрошайку и после своего выздоровления остался им же, превратив это занятие в основной вид своей деятельности, в профессию: «И даже ежедневно вечером сидит себе здоровешенький на проспекте, на углу Гулярной улицы, и тихим голосом просит граждан об одолжении» [5, 74].

Примечательно, что рассказ называется именно «Матренища». Имя жены главного героя рождает в сознании читателя образ мученицы за христианскую веру Матроны Солунской. Ее имя стало обозначать сочувствие и сожаление все страждущим и нуждающимся в помощи и защите. Сюжетообразующая роль жены Ивана Савича в произведении М. Зощенко противопоставлена тому значению, на которое указывает ее имя. Важно отметить, что в рассказе героиня называется и Матренищей, и Мотей – такие номинации полностью нивелируют духовное значение имени супруги маляра. Почему смерти свойственна категория бездомности? Предположим, Иван Савич умирает в своей комнате коммунальной квартиры, но ведь тогда он не выполняет данного ему эпохой предназначения – стать «новым человеком». Герой не сменил своего жилищного помещения, а значит, и это «видит» Матренища, революция и ее результаты его не коснулись. Поэтому Иван Савич излечился, став маргиналом, так как именно «беднота» «дворцы» получает, на что читателю в первой же фразе произведения М. Зощенко указывает рассказчик. Только так маляр-живописец может снова принять участие в «квартирном переделе».

В этом произведении отражена попытка автора показать, как социальные и культурные изменения еще чужды обыкновенному человеку. Чтобы создать новое государство, наделить реальность новыми принципами, нужно уничтожить старое. «Действительно, в современной России нет лишних людей, их заменили лишены; патетика вишневых садов едва ли понятна поколению, видевшему всероссийскую земельную трагедию, совхозы и колхозы. Но исчез не только ущербный мир русской интеллигенции, рухнуло все нестройно-великолепное здание империи. На обломках наспех возник новый быт, не пом-

нящий родства, человекоподобный, убогий и заносчивый. Как претворить его в нечто высшее, обогатить, очистить?» [6, 19].

В центре самых масштабных изменений оказалась личность, точнее, сознание обыкновенного человека. Именно обыватель является субъектом новой истории. «Безусловное подчинение утилитарных, прагматических ее забот и ценностей ценностям мифологическим, религиозным, социально-статусным сменяется постепенным, частичным или полным освобождением повседневности от некоторых из них, переводом их в подчиненное по отношению к утилитарным положение. Особенности повседневных событий, характер повседневной деятельности, параметры повседневного времени и пространства зависят от того, кто является субъектом деятельности, участником событий, «героем» драмы повседневной жизни». [4, 116–117].

Как отмечают историки, перераспределение жилья в 20-е годы XX века имело пропагандистские цели – наделить представителей победившего класса площадью как знаком их действительного господства. Люди снова, как это было в домах Петербурга эпохи «униженных и оскорбленных» Ф. М. Достоевского, занимали не только комнаты и углы коммунальной квартиры, но и ванные, кухни, прихожие – те помещения, которые были общими. Коммуналка оказывалась местом скопления людей, неизвестно по какому принципу вынужденных проживать вместе. Как отмечает Н. Б. Лебина, это была «своеобразная зона социального напряжения, где в обязательном порядке должны действовать некие нормы совместного существования: гласные, юридически закрепленные, и негласные, существующие в сфере дискурсов. Ментальность жителя коммунальной квартиры – большой кирпич в фундаменте, на котором сложился монументальный тип “человека советского”» [2, 183–184]. Определенный сюжет таких отношений между людьми в локусе дома в эпоху нэпа создается в рассказах «Нервные люди» (1924) и «Мерси» (1929).

В первом выбранном нами для анализа произведении описывается случай драки в одной коммуналке «на углу Глазовой и Боровой» [5, 56]. Указание на типичность бытового конфликта, из-за которого начался «целый бой», содержит такая важная художественная деталь, как примус. Он символизирует собой индивидуализм нэпа: каждый жилец хотел иметь свой «очаг», в результате чего нарушал идею общего быта советских граждан. Именно примус стал причиной пожара в «Вороньей слободке» из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок». В рассказе же «Нервные люди» он стал причиной вспыльчивости и горячности жильцов коммунальной квартиры.

Большое значение имеет образ инвалида Гаврилова, которому представляется, что драка ведется еще во времена гражданской войны. На это указы-

вают штампы рассказчика, используемые при описании героя и его действий («от этой идеологии башка поскорее не зарастет», «сейчас всю амбицию в кровь разбили» [5, 56–57]), а также фраза в начале произведения («Оно, конечно, после гражданской войны нервы, говорят, у народа завсегда расшатываются» [5, 56]). Именно инвалид дает сигнал к драке, произнося устойчивое в народной речи выражение, которое употребляется, как правило, для передачи переносного значения. В развязке рассказчик тоже обращается к фразеологизму («прописал ижицу»), который используется очевидцем событий для описания всего происходящего до прихода милиции (наступления наказания, как указывает устойчивое выражение), являющейся образом власти, однако с ее появлением сказ насыщается литературными штампами («роковых слов», «мильтон», «Запасайтесь, дьяволы, гробами...»).

Обыкновенный бытовой конфликт на кухне превращается в пересказе героя М. Зощенко в столкновение власти и народа, в революционную борьбу, за которую инвалид Гаврилыч готов потерять еще одну ногу и «проливает кровь». Рассказчик сочувствует этому герою, который боролся за новое жизненное пространство, за Свободу, Равенство и Братство, а взамен получил комнату в коммуналке, где не соблюдаются законы «новой» жизни, а каждый человек в ней – индивидуалист, единоличник (на это указывает описание множества примусов-символов таких людей, от которых на кухне «драться неспособно»). Поэтому литературные штампы, номинация милиционера именем английского поэта Джона Мильтона, участника революционных событий в Великобритании, должны придать всему описанному событию героико-трагический пафос историй о гражданской войне и борьбе за справедливость. Жильцы коммуналки страдают от «нервов», которые «расшатываются» во время «военного коммунизма», но не заживают в эпоху нэпа. Дом становится площадкой новой классовой борьбы, а вовсе не местом для строительства новой жизни, нового быта, на базе которого должно сформироваться мировоззрение свободного человека, победившего в революции пролетариата, на чьей диктатуре держится власть в стране. Однако «нервные люди» – это «униженные и оскорбленные», наказываемые в конце произведения такими же «нервными», и в этой оговорке рассказчика есть указание на то, что они тоже лишены пространства дома в онтологическом смысле.

Как отмечает Г. Беляя, «так в рассказах Зощенко появилась первая тревога: «не в парниках приготовленные люди» оказывались людьми с неразвитым общественным сознанием, с неразвитым чувством личности. Поведение героев Зощенко имело опасную скрытую потенцию: герои оказываются способны к общению и активности, но на уровне понятной им идеи: они пассивны, если «что к чему и кого бить не

показано», но когда «показано» – они не останавливаются ни перед чем, и их разрушительный потенциал – неистощим» (Беляя Г. Экзистенциальная проблематика творчества М. Зощенко // Литературное обозрение. 1995, № 1, 7). Герои рассказа «Нервные люди» становятся участниками конфликта, потому что в новом для них пространстве дома оказались стертыми границы между тем, что общественное (коммунальное), а что – личное. Примус – вещь, которая имеет важное бытовое значение для каждого жильца. Она сохраняет отпечаток постоянства, устойчивости в столь переменчивой действительности. «Поначалу героям кажется, что устойчивость им могут придать вещи... Но вещи для Зощенко полны иного смысла: их неподвижность, неизменная устойчивость, строгая прикрепленность к раз и навсегда установленным местам, их убогая прочность символизируют косную неподвижность среды. Перемещение вещи кажется нарушением традиционных основ...» [7, 10]. Кто пытается нарушить порядок повседневного образа жизни в произведении? Классовый враг, по мнению жильцов, в особенности инвалида Гаврилова.

В рассказе «Мерси» говорится уже об «уничтожении квартирного института» [5, 92]. Главному герою рабочему Захарову становится невыносимо жить в коммунальной квартире вместе с «творческой интеллигенцией». Кольцевая композиция произведения метафорически раскрывает значение жизни человека в круговороте событий в его доме.

Однако снова за бытовой ситуацией скрывается вовсе не онтологический, а революционный сюжет классовой борьбы. Герой, получивший комнату в коммуналке за то, что он представитель победившего в гражданской войне пролетариата, не может «ужиться» со своими соседями: «Одним словом, куда ни плюнь – интеллигенты! И ихняя жизнь не такая подходящая, как, конечно, хотелось бы» [5, 92]. Угнетенным, «униженным и оскорбленным» снова оказывается тот, кто должен во «дворцах» жить.

Бытовые перипетии Захарова противоречат тому, о чем говорит рассказчик в самом начале своего повествования: «В этом году очень многие пролетарии квартирки и комнатки заимели путем вселения. Вот это хорошо!» [5, 92]. В отличие от рассказа «Нервные люди», в «Мерси» трагедия отдельного человека приобретает уже государственный масштаб: «И, конечно, от всего этого работа страдает: ситчик, сами видите, другой раз какой редкий и неинтересный бывает» [5, 92]. Примечательно, что Захаров, как говорит рассказчик, вначале был «нервным», а после некоторого времени проживания в «заслуженной» им комнате в коммуналке страдает уже от «невроза сердца». Таким образом, острота жилищного конфликта совместного проживания людей в одном доме возрастает в данном рассказе.

Смысл названия «Мерси» раскрывается при помощи плеоназма, который допускает в своей речи рассказчик, – «спасибо и мерси». Выражение благодарности на французский манер содержит вовсе не иронию, не желание выдать себя за человека более образованного и знающего иностранные языки – это своеобразное обращение к классу интеллигенции, который должен жить отдельно от пролетариата: «Вот я и говорю: ученых секретарей надо к ученым секретарям, зубных врачей к зубным врачам и так далее. А которые на флейте свистят, тех можно за городом поселить» [5, 93]. Эту мысль рассказчик выражает в тексте произведения неоднократно. Однако следует обратить внимание на то, что вначале герой М. Зощенко говорит о том, что «нэпманы за город выехали во избежание разных крупных недоразумений и под влиянием декрета» [5, 92].

Кассовая борьба в пространстве коммунальной квартиры усиливается, рассказчик в «Мерси» из сочувствия рабочему текстильной промышленности при помощи кольцевой композиции своего повествования приходит к выводу, что «не-пролетарии» должны жить изолированно, их необходимо лишить жилплощади, как и нэпманов, «во избежание» конфликта и «под влиянием декрета».

Описывая советский быт, историки И. Кулакова и И. Утехин тоже приравнивают жизнь в новых условиях к борьбе за постоянство быта: «Семиотика публичного и приватного пространства жилища, отношения соседей и специфические формы психопатологии, представления о гигиене и о справедливости распределения обязанностей и благ – все это становится предметом исследования, область которого возможно определить как «антропология повседневности». И. Утехин специально занимается историей «борьбы коллективного бытования с изначально не предназначенной для этой цели средой. В этой борьбе поначалу было тяжело всем: каково пролетарию проживать в барской квартире с видом на Петропавловскую крепость, встречаясь на кухне с бывшим хозяином и затрудняясь в использовании, например, биде, притом что половина зарплаты уходила на транспорт... Коммунальная квартира, как всякое жилище, представляет собой фон, на котором разворачивается повседневная деятельность людей» [3, 167].

Сюжет «социального напряжения» в локусе дома заставляет меняться героя М. Зощенко. Выйдя из «Шинели» Гоголя и из скромных квартир и углов Петербурга «униженных и оскорбленных» Достоевского, он становится «героем массы», желающим через получение жилплощади, через улучшение своего личного благосостояния ощутить результаты революции и гражданской войны в России. Пытаются решить квартирный вопрос герои «Матренищи» во время политики «военного коммунизма», когда все «бездомные» получали «дворцы».

«Нервные люди» из одноименного рассказа и «Мерси» в период нэпа стараются утвердить диктатуру пролетариата в классовой борьбе уже в новом суженном пространстве коммуналки, а не на «колчаковских фронтах». Однако локус коммунальной квартиры, заменившей дом, в данных произведениях связан лишь с трагическим по отношению к герою и сочувствующему ему рассказчику сюжетом. Но таким же ли сочувствующим взглядом оценивает автор своих героев? Речевая маска М. Зощенко не позволяет увидеть его согласие с рассказчиком. Быт – это то, что держит человека в застенках рамок. «Поразивший Зощенко с первых же шагов его творчества разрыв между масштабом революционных событий и консерватизмом человеческой психики делал писателя особенно внимательным к той сфере жизни, где деформируются высокие идеи и эпохальные события. Так инертность человеческой природы стала основным объектом художественного познания Зощенко. <...> Однако в магнетической прикованности Зощенко к быту были и иные мотивы. Нельзя было не обратить внимания на то, что Зощенко, до тонкости знавший быт, не был бытописателем; та плотная фактура быта, которую мы находим в его произведениях, интересовала Зощенко как система жизни, где деформируется высокая истина, где революция встречала наибольшее сопротивление инерции» [7, 8].

В рассказах «Матренища», «Нервные люди» и «Мерси» локус коммунальной квартиры не равнозначен пространству дома, так как сохраняет отпечаток лишь внешней жизни человека, а не внутренней. Ни в одном из этих произведений не встречаются слова «дом», «семейный круг», а преобладают штампы нового времени о революционной и классовой борьбе, о нэпе, о политике. Только в названиях, которые отражают точку зрения автора, есть указание на внутреннюю жизнь человека, но рассказчик «выворачивает» ее, потому что он «лишнеец», потерявший ценности ушедшей эпохи и цепляющийся за быт, его вещественность с целью обретения новых жизненных устоев.

«На самом деле, читателю, пережившему революцию, писатель рассказывает об инертности общественного бытия, о консерватизме нравственной жизни и о той высокой духовной ответственности, которая требуется от человека, призванного преодолеть косность и инерцию» [7, 13], – такой итог подводит Г. Белая анализу авторского отношения М. Зощенко к своим героям. Локус коммунальной квартиры становится не только частью хронотопа, символом советского послереволюционного жилья, но и сюжетобразующим звеном произведения, знаком человеческих взаимоотношений «бедноты», достойной жить во «дворцах». Как отмечает в исследовании творчества М. Зощенко Л. Х. Скэттон, «герои рассказов ограничивают свои усилия борь-

бой с чисто материальными проблемами, порожденными непосредственно окружающей их средой. При этом они часто терпят поражение, потому что, как явствует из их портретов, они не способны переосмыслить свою жизнь конструктивно» [8, 16]. Именно поэтому герою-маляру из «Матреницы» никогда не стать представителем творческой интеллигенции, его удел – маргинальность, которую внесла в жизнь революция и гражданская война в России; труженик текстильной промышленности из «Мерси» и инвалид Гаврилыч из «Нервных людей» все еще погружены в классовую борьбу за приобретение все тех же материальных ценностей, а вовсе не духовных.

Локуса дома в рассказах М. Зощенко нет – его заменило знаковое пространство коммунальной квартиры. Герои, попадая в него, теряют человеческое, вечное, приобретая лишь черты времени. Нельзя не согласиться с Н. Поповой и с ключевыми мыслями ее статьи «Эффект отстраненности и сострадания. Сатирическая новеллистика М. Зощенко», в особенности с предположением о том, что персонажи произведений автора «воспринимаются не только как носители социального и нравственного уродства, но одновременно как жертвы каких-то сложных исторических обстоятельств, которые оказываются сильнее их. Определенные тенденции реальной жизни как бы перевели их из одного качества в другое; из «маленьких людей», достойных всяческого сочувствия, превратили в мелких людейшек, способных вызвать презрительную усмешку»

[9, p22]. Поэтому бытовое пространство, имеющее отпечатки эпохи, так важно для анализа жизни человека, держащегося за него: оно определяет его жизнь, идеалы, мировоззрение, отношение к другим людям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Яуре М. В. Проблема городских локусов в романе К. Вагинова «Козлиная песнь» / М. В. Яуре // Вестник РГГУ. Серия «Филологические науки. Литературоведение. Фольклористика». – М., 2012. – № 18.
2. Лебина Н. Б. Прямое нормирование повседневности. Дом // Лебина Н. Б. Повседневная жизнь советского города. – М., 1999.
3. Кулакова И. П. История московского жилья / И. П. Кулакова. – М., 2006.
4. Лелеко В. Д. Пространство повседневности в европейской культуре / В. Д. Лелеко. – СПб., 2002.
5. Зощенко М. Избранное / М. Зощенко. – Л., 1984.
6. Голенищева-Кутузова И. Н. Ирония и Зощенко / И. Н. Голенищева-Кутузова // Русская словесность. М., 1995. – № 3.
7. Белая Г. Экзистенциальная проблематика творчества М. Зощенко / Г. Белая // Литературное обозрение. – М., 1995. – № 1.
8. Скэттон Л. Х. Не до смеха. Проблема творческой эволюции Михаила Зощенко / Л. Х. Скэттон // Литературное обозрение. – М., 1995. – № 1.
9. Попова Н. Эффект отстраненности и сострадания. Сатирическая новеллистика М. Зощенко / Н. Попова // Литературное обозрение. – М., 1995. – № 1.

*Воронежский государственный университет
Щербакова П. О., аспирант кафедры русской литературы XX–XXI веков
E-mail: polynessa@mail.com*

*Voronezh State University
Shcherbakova P. O., Post-graduate Student of the Russian Literature of XX and XXI Centuries Department
E-mail: polynessa@mail.com*

МОДИФИКАЦИИ ЖАНРА РОМАНА В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ 1920-Х ГОДОВ («СУМАСШЕДШИЙ КОРАБЛЬ» О. ФОРШ, «НЕОБЫЧАЙНЫЕ ПОХОЖДЕНИЯ ХУЛИО ХУРЕНИТО» И. ЭРЕНБУРГА)

Е. В. Юденкова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 2 августа 2014 г.

Аннотация: в статье рассматриваются трансформации романного жанра в контексте русской литературы 1920-х годов на материале послереволюционных романов «Сумасшедший корабль» О. Форш и «Необычайные похождения Хулио Хуренито и его учеников» И. Эренбурга.

Ключевые слова: русская литература XX века, роман, литературоведение, О. Форш, И. Эренбург, 1920-е годы XX века.

Abstract: the article discusses the transformation of the novel genre in the context of Russian literature of the 1920-ies in the post-revolutionary material of the novels "The Crazy ship" of O. Forsh and "The Extraordinary adventures of Julio Jurenito and his pupils" of I. Ehrenburg.

Key words: literature of 20th century, novel, literary criticism, O. Forsh, I. Erenburg, 1920--h years of 20th century.

В 1920-е годы, период, который характеризуется целой системой кризисов – эстетического, социального, мировоззренческого [1, 3], особую актуальность приобретает вопрос о жанре романа. Крушение традиционных ценностных систем приводит к поиску новых форм осознания эпических ценностей и соответственно – к переосмыслению жанровых форм, к появлению наиболее универсальных, с точки зрения времени, концепций романа [2, 66].

Начнем с того, что роману как жанру многие критики и писатели отказывали в жизнеспособности в новых условиях. Так, В. Шкловский, представлявший формальную школу, характеризовал его как «свет угасшей звезды» [3, 129]. Современные беллетристы, по мнению критика-формалиста, использовали «умирающий роман» для создания низкосортных мемуаров [3, 130]. Причина того, что традиционному психологическому роману трудно было акклиматизироваться в советских условиях, по его мнению, состояла в непригодности привычных фабульных формул для оформления нового материала [4, 136].

Исходя из этого, В. Шкловский считал, что писателю нужно было прежде научиться писать корреспонденции, хронику, статьи, фельетоны, театральные рецензии, бытовой очерк и то, что, по его мнению, будет *заменять* роман. Для современной литературы, считал В. Шкловский, необходимо работать на будущее – готовить появление новой повествовательной формы [5, 199].

С. Третьяков, писатель, публицист и критик, объяснял сложность приспособления классического

романа к новым условиям тем, что в его центре стоит романский герой, господство восприятия которого сужает изображение мира до одной точки зрения. Человек, по мнению С. Третьякова, интересовал классического романиста в бытовых и психологических проявлениях, поэтому для отражения новых советских условий роман не подходит – в нем не затрагивается, например, профессиональная деятельность человека. С. Третьяков считал построение классического романа на биографии героя-человека порочным [6, 70–71].

Но несмотря на скептическое отношение критиков к роману, писатели выбирали именно этот жанр, осмысляя революционный быт 1920-х годов, его особенности и влияние на человека. Их выбор не был случайным: человек, изображенный в романе, всегда так или иначе соотносится со своей культурно-исторической эпохой, иначе говоря, жизнь человека в романе зависит от жизни его общества, государства.

Задача показать, каким стал мир после революции, как человек переживает новые условия быта, несмотря на разные трактовки происходящего, объединяет два романа начала 1920-х годов – «Необычайные похождения Хулио Хуренито и его учеников» И. Эренбурга и «Сумасшедший корабль» О. Форш.

Роман О. Форш посвящен Диску – Дому искусств, формально созданному в 1920-е годы для пропаганды искусства, фактически для того, чтобы помочь писателям, художникам выжить в непростых условиях революционного быта. «Сумасшедший корабль» – совершенно особенный роман, так как в нем О. Форш удалось неразрывно соединить рассказ

о подлинных фактах и подлинных судьбах с высокой образной символикой, аллегоризмом, ассоциативностью [7, 4].

Название романа вызывает большое количество ассоциаций у читателя, об одной из них пишет С. Тимина. Она обращает внимание на переключку «Сумасшедшего корабля» с «Мамаем» Е. Замятина, в котором Петроград сравнивается с домом-кораблем, с «Мистерией-буфф» В. Маяковского, в которой возникает образ страны-корабля, борющейся с волнами бури или всемирного потопа [7, 5]. Как и задумывалось автором, название романа каждый читатель понимает по-своему и таким образом вовлекается в развитие непростого сюжета.

Источником романа стала фантастическая и реальная послереволюционная действительность. В книге С. Тиминой «Культурный Петербург: ДИСК. 1920-е годы» собрано большое количество материалов, среди которых много дневниковых записей, мемуаров. Они подтверждают точность быта, изображенного в «Сумасшедшем корабле». В. Лурье вспоминала, что пиршеством считалось достать хлеб, масло и сахар [8, 50]; Ю. Анненков писал о не действовавших трамваях, о замерзших и полопавшихся водопроводных трубах, об отсутствии дров, о том, как приходилось спать в тулупе и валенках, в шапке, накрывшись коврами и одеялами [8, 78–80].

Детали послереволюционного быта становятся героями в романе О. Форш. На руках поэта Олькина «гремучей змеей» [9, 26] громыкает целлулоидная манжета, так как целая рубашка – слишком дорогая деталь костюма. Художница Котихина «с налету» [9, 26] садится на подрамник, чтобы, сломав его, затопить буржуйку. Снега в комнатах столько, что, когда растапливается печь, талая вода стекает по стенам на пол. Отношение обитателей ДИСКА к быту можно определить одной цитатой из «Сумасшедшего корабля»: «...сама жизнь стала не тем или иным накоплением фактов, а только искусством эти факты прожить» [9, 47].

Искусство «проживания фактов» образует прихотливое повествование, не создающее целостной картины, несмотря на обилие достоверных и точных деталей, т. к. в романе «личностей нет» [9, 24]. Герои О. Форш вместо имен часто имеют прозвища, условные имена-аллюзии. Некоторые из них довольно прозрачны: за *Геней Черн*, устраивающим капустники в Диске, скрывается Евгений Щварц [7, 11], *Доливой* (фамилия родственницы автора) названа в романе сама Ольга Форш [10, 38–39] и др. Другие рождают в сознании читателя свои отдельные сюжеты, включающие как аллюзивное содержание, продуцированное известным именем, так и биографические подробности того героя, который это имя получил. Например, под условным именем *Ариосты* в романе изображается писательница Мариэтта

Шагинян, увлекавшаяся творчеством И. Гёте. Этот факт ее биографии обыгрывается в романе О. Форш: об Ариосте, давшей имя героине О. Форш, говорится, что она «была рождена самим Гёте в период восточных его увлечений и воспетых диванов» [9, 36]. Будучи уже тогда несколько тугой на ухо, *Ариоста*-Шагинян слышит в одном из эпизодов из жизни ДИСКА, в котором конфискуется мебель у его обитателей, вместо «Где это?» – «Гете». И это ее успокаивает: если конфискующий вспомнил «Гете – значит, все хорошо» [9, 37].

Под *Аковичем* имеется в виду Аким Львович Волинский, литературный критик и искусствовед [11, 404]. В сюжетах, с ним связанных, так же реализуется его научная профессия, вне которой герой себя не мыслит. Приходя чистить зубы, *Акович* приглашает проходящего мимо «поговорить о Логосе» [9, 43]. Вечерами он рассуждает, сидя на остывающей печке, о чистоте православия, и возвращает его в реальность холодной кухни лишь замечание слушателя, что печка уже остыла.

У героев, обладающих «искусством эти факты прожить», есть слушатели и зрители, не принадлежащие к миру Диска, видящие сюжеты «Сумасшедшего корабля» со своей стороны, что делает изображение послереволюционного быта объемным и зрелищным. Безусловно, для прислуги речи *Аковича* совершенно непонятны, для них он – этаким чудак, которого они любят за его «экзотику» [9, 44]. Юноше, который «элементарно плотски вожделеет» [9, 61], глядя на картину Рубенса, непонятны тот пыл и та заинтересованность, которые *Долива* и рассказчик обнаруживают, рассуждая о произведении искусства.

Так в романе О. Форш усилиями чудаков-интеллигентов создается параллельный сюжет, несовместимый с реальной жизнью. Выпадение героя из него в социальную действительность рождает в свою очередь новые сюжеты – от анекдотических до трагических – обнаруживая невозможность заместить собственным вымыслом социальную данность. Например, в анекдотическом ключе развивается сюжет влюбленности *Сохатого* (М. Зощенко), любовная драма которого состоит в том, что он, живущий в мире Гете, Шиллера, Блока, Канта и др., – в ясноглазой и звонкозубой панне Ванде видит символ *Вечной Женственности*, а не хорошенькую продавщицу баумкухенов и пирожков в кафе «Варшавянка».

Трагическим является сюжет, связанный с поэтом *Газтаном* (вполне прозрачное имя А. Блока, взятое из его же пьесы «Роза и крест»). Это единственный герой, настоящее имя которого подчеркивает трагический смысл прощания с великим поэтом, ставшим для своих современников именем высокого искусства, в сюжете похорон побежденно-го скорбной реальностью.

Лирического поэта *Гаэтана* с голубым цветком Новалиса в петлице как символ архаизованного романтизма О. Форш, по мнению С. Тиминой, вычеркивает из будущего. С этим утверждением нельзя согласиться: не О. Форш вычеркивает его из будущего, а сама действительность, быт. Прежний поэт-романтик в новых условиях не может жить, поэтому и умирает вместе со своим временем в пространстве послереволюционного быта, где центральное место принадлежит вещам и предметам.

Со смертью А. Блока в романе начинается серия эпизодов о политике и власти. Н. Гумилева, «поэта с лицом египетского письмоводителя с узкими глазами нильского крокодила» [9, 91], арестовывают ночью. «Никто не знал почему, но думали – конечно, пустяки» [9, 91]. Но уход А. Блока и Н. Гумилева, безусловно, знаменовал конец Серебряного века, целой культурной эпохи для русской литературы.

«Сумасшедший корабль» О. Форш, как он задумывался писательницей, в особенном виде отразил «преломление лет военного коммунизма в умах интеллигенции» [12, 227], при этом являясь частью целого пласта произведений о ее судьбах [7, 13].

В этот пласт ранней советской литературы вписывается и роман И. Эренбурга *«Необычайные похождения Хулио Хуренито и его учеников: мосье Дэле, Карла Шмидта, мистера Куля, Алексея Тишина, Эрколе Бамбучи, Ильи Эренбурга и негра Айши, в дни мира, войны и революции, в Париже, в Мексике, в Риме, в Сенегале, в Кинешме, в Москве и в других местах, а также различные суждения учителя о трубках, о смерти, о любви, о свободе, об игре в шахматы, о еврейском племени, о конструкции и многом ином»*. Полный вариант названия пародия и претендует на изложение краткого содержания романа, как в старых текстах. В нем перечисляются суждения Хулио Хуренито, все его ученики, места, которые они посетили, дается характеристика времени, прожитого Хулио Хуренито и его учениками.

Большое путешествие Хулио Хуренито и его учеников начинается в Париже в 1913 году, в кафе «Ротонда», а заканчивается в «маленьком городке» Конотопе в 1921 году. Несмотря на точные указания времени и места действия, это, безусловно, роман-памфлет, в котором события и персонажи условны [13, 27].

Форма романа вызвала большое количество споров прежде всего потому, что отразила поиски нового способа изображения действительности. Как пишет А. Ушаков в комментариях к «Необычайным похождениям Хулио Хуренито и его учеников», писатель сознательно порывает с традициями старого психологического романа, что приводит к отсутствию углубленных психологических характеристик [14, 525]. А. Ушаков говорит и о книге «А все-таки она вертится», в которой И. Эренбург называет газету, кино и детективную литературу «наставника-

ми» современного писателя [14, 525]. И это другая, нежели в романе О. Форш, тенденция романистики начала 1920-х годов.

И. Эренбург трансформирует «старые» жанры – роман-путешествие, авантюрный роман. Время в романе И. Эренбурга «Необычайные похождения Хулио Хуренито и его учеников» можно охарактеризовать терминами, которые использует М. Бахтин для высоко и тонко им разработанного типа авантюрного времени античного романа-испытания, – «вдруг» и «как раз» [15, 236–238]. Когда герои оказываются в трудном положении, обязательно происходит событие, меняющее дело к лучшему.

Так, находясь в Париже во время Первой мировой войны, рассказчик Илья Эренбург находится на грани гибели от голода и тяжелой работы, но «вдруг» появляется Хулио Хуренито и спасает его. Финансовые проблемы героев решает без труда найденный с помощью каблогаммы мистер Куль. Схваченные немецкими солдатами, ожидавшие смерти около получаса, герои оказываются «вдруг» спасенными учеником Хулио Хуренито, Шмидтом, который за время разлуки с ними «выдвинулся» и «преуспел» [16, 150].

При явной фантастичности некоторых ситуаций, в которые попадают герои И. Эренбурга, в них проступают реальные исторические и бытовые приметы эпохи. Обличая буржуазное общество и его ценности, писатель наносит удар и по революционному быту [14, 522].

Однако бытовые детали, использованные в романе, прошли литературную обработку. Как отмечает А. Рубашкин, некоторые бытовые сцены в романе пришли из военных корреспонденций И. Эренбурга. Так, насмешка над газетенкой, писавшей об особом запахе, свойственном немецким женщинам, трансформируется в эпизод, связанный с газетой «Пти нисуа» [17, 66], в которой писалось о том, что узнать немца можно по особенному запаху. Герой, прочитав газету, стал нюхать себя, ведь он мог пахнуть как немец, да и быть немцем. А так как «собственный запах трудно различить» [16, 101], он попросил консьержку себя понюхать, что ее, как легко предположить, возмутило, и герою пришлось менять комнату.

Не только газетные материалы были использованы И. Эренбургом для создания романа. Писатель пересказывает и хорошо известные читателю ситуации: монолог Хулио Хуренито об электрификации, начатой в стране, «сносившей последние портки» [16, 188], отсылает читателя к «России во мгле» Г. Уэллса – Г. Уэллс в план ГОЭЛРО не поверил [17, 82].

Аллюзии играют важную роль в построении романа. Образ Алексея Спиридоновича Тишина, надоедающего посетителям кабачка вопросом: человек он или нет, название одной из глав – «Великий Инквизитор вне легенды», обрядный поцелуй в лоб,

который дарит как благословение Хулио Хуренито «капитану советского корабля» (подразумевается В. И. Ленин) [17, 83], – все это, безусловно, содержит аллюзии на роман Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы». Ю. Тынянов отмечает в романе И. Эренбурга элементы философских систем Ницше, Клоделя, Шпенглера [18, 397] и т. д.

Основным пафосом романа И. Эренбурга, сотканного из газетных материалов, аллюзий, анекдотов, отсылок к чужим сюжетам, является отрицание: разоблачается мораль, лицемерие, ханжество общества, порождающего войны. Пафос отрицания, как пишет А. Рубашкин, требует особого героя, который бы видел мир насквозь [17, 67]. Этот герой, безусловно, Хулио Хуренито, которого герои называют *Учителем*.

Интересно, что внешность *Учителя* почти не описывается, за исключением первой главы о встрече с ним первого ученика и впоследствии биографа. Происходит она в Париже в кафе «Ротонда», в котором рассказчик проводил многие вечера. Мистически настроенный герой романа Илья Эренбург видел в соседних лавках круги ада, а в булочнице – эфеба. Пребывая в таком угнетенном настроении, он и знакомится со своим будущим, как он его называет, *Учителем* – Хулио Хуренито – человеком, образ которого в романе явно мистифицирован. Об этом говорит не только его появление – обыкновенный господин в котелке и сером плаще, но с рожками и хвостом, что сразу переводит его в план символики, а не психологии.

Карамазовский фон, присутствующий в романе, необходим для того, чтобы подчеркнуть главный вопрос, который задает писатель: как жить после произошедших изменений? Поиском выбора жизненной позиции, как и герои Ф. М. Достоевского, озабочен рассказчик Ильи Эренбурга.

В финале романа он возвращается к тому же, от чего ушел, надеясь найти цель жизни. Полностью зачеркнув духовную жизнь человека, объявив одно из ее проявлений – искусство – очагом анархии, отвергнув существование добра и зла – Хулио Хуренито не дал своим «ученикам» настоящий смысл жизни. Илья Эренбург не раз скажет о том, что жизнь во время отсутствия Учителя была трудной, и быт был «невмоготу» [16, 186]. Пройдя «круг» [16, 225], скажет о себе рассказчик, он радостно вернулся в Париж, который когда-то казался ему средоточием порока.

Илья Эренбург, первый ученик Хулио Хуренито, от лица которого и ведется повествование, является вымышленным персонажем, несмотря на сохранение авторского имени, как отмечает А. Рубашкин [17, 66], прием, частый в литературе 1920-х годов. Сам автор неоднократно предостерегал от отождествления себя с одноименным персонажем книги [14, 526], однако сознательно дал своему герою свое

имя, включив и свои собственные поиски в непростые сюжеты своих героев.

Романы О. Форш и И. Эренбурга, при всех различиях, объединены введением фигуры рассказчика, который становится поводом в лабиринтах послереволюционного быта. В «Сумасшедшем корабле» этот быт максимально приближен к читателю, автор стремится передать его эмоционально-трагическое наполнение. Быт в романе И. Эренбурга подчеркнута фантастичен, удален от читателя. Ю. Тынянов называет такой быт «олитературенным» [18, 405], с его точки зрения, в «Необычайных похождениях ...» автор «ослабил нагрузку «серьезности» [18, 397], в кровопролитиях у него потекла не кровь, а «фельетонные чернила» [18, 397].

Романы О. Форш и И. Эренбурга создали фантазмагорическую картину мира, в которой человек исчез – вместо людей в «Сумасшедшем корабле» действуют их имена-аллюзии, а в «Необычайных похождениях Хулио Хуренито» – обобщенные сатирические образы. Для изображения абсурдного, фантастического послереволюционного быта потребовалась и новая романная форма. О. Форш создала своеобразный двуплановый роман-воспоминание, игру с реальностью, И. Эренбург – роман-памфлет, пародию на роман-путешествие. В обоих случаях писатели прибегли к освоению нового, фантастического быта, к его осмыслению через известные им формы культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тернова Т. А. Феномен маргинальности в литературе русского авангарда: имажинизм: монография / Т. А. Тернова. – Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2011. – 191, [1] с.
2. Рымарь Н. Т. Введение в теорию романа / Н. Т. Рымарь. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. – 268, [2] с.
3. Шкловский Б. В. Тогда и сейчас / Б. В. Шкловский // Литература факта: Первый сб. материалов работников ЛЕФа / Авт.: О. М. Брик, В. В. Тренин, Т. С. Гриц и др.; Под ред. Н. Ф. Чужака. – М. : Захаров, 2000. – 285 с.
4. Шкловский Б. В. Преступление эпигона / Б. В. Шкловский // Литература факта: Первый сб. материалов работников ЛЕФа / Авт.: О. М. Брик, В. В. Тренин, Т. С. Гриц и др.; Под ред. Н. Ф. Чужака. – М. : Захаров, 2000. – 285 с.
5. Шкловский Б. В. О писателе и производстве / Б. В. Шкловский // Литература факта: Первый сб. материалов работников ЛЕФа / Авт.: О. М. Брик, В. В. Тренин, Т. С. Гриц и др.; Под ред. Н. Ф. Чужака. – М. : Захаров, 2000. – 285 с.
6. Третьяков С. Биография вещи / С. Третьяков // Литература факта: Первый сб. материалов работников ЛЕФа / Авт.: О. М. Брик, В. В. Тренин, Т. С. Гриц и др.; Под ред. Н. Ф. Чужака. – М. : Захаров, 2000. – 285 с.
7. Тимина С. Ольга Форш и современность / С. Тимина // Форш О. Сумасшедший корабль: Роман; Рассказы – Л. : Худож. лит., 1988. – 424 с.

8. Тимина С. Культурный Петербург: ДИСК. 1920-е годы / С. Тимина. – СПб. : Logos, 2001. – 451, [2] с.
9. Форш О. Д. Сумасшедший корабль; Рассказы: роман / О. Д. Форш; сост., вступ. ст. и коммент. С. Тиминой; ред.: Т. Мельникова, Т. Степашова. – Ленинград : Художественная литература, 1988. – 424 с.
10. Ольга Форш в воспоминаниях современников / сост. Г. Е. Тамарченко. – Л. : Сов. писатель, 1974. – 391 с.
11. Комментарии к «Сумасшедшему кораблю» О Форш // Сумасшедший корабль; Рассказы: роман / О. Д. Форш; сост., вступ. ст. и коммент. С. Тиминой; ред.: Т. Мельникова, Т. Степашова. – Ленинград : Художественная литература, 1988. – 424 с.
12. Тамарченко А. В. Ольга Форш: жизнь, личность, творчество / А. В. Тамарченко. – М.; Л.: Сов. писатель, 1966. – 351 с.
13. Трифонова Т. К. Илья Эренбург: критико-биографический очерк / Т. К. Трифонова. – М.: Гослитиздат, 1952. – 351 с.
14. Комментарии к «Необычайным похождениям Хулио Хуренито и его учеников» // Эренбург И. Г. Собрание сочинений: в 9 т. / И. Г. Эренбург; коммент. А. Ушакова. – М.: Художественная литература, Т. 1. – 1962. – 533, [2] с.
15. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М. М. Бахтин. – М.: Худож. лит., 1975. – 502 с.
16. Эренбург И. Г. Собрание сочинений: в 9 т. / И. Г. Эренбург; коммент. А. Ушакова. – М.: Художественная литература, Т. 1. – 1962. – 533, [2] с.
17. Рубашкин А. И. Илья Эренбург: путь писателя / А. И. Рубашкин. – Л.: Сов. писатель, 1990. – 526, [1] с.
18. Тынянов Ю. Н. Литературная эволюция: избранные труды / Ю. Н. Тынянов; сост., вступ. ст., коммент. Вл. Новикова. – М.: Аграф, 2002. – 494, [1] с.

*Воронежский государственный университет
Юденкова Е. В., аспирант кафедры русской литературы
XX–XXI веков, теории литературы и фольклора
E-mail: hatonhead@mail.ru*

*Voronezh State University
Yudenkova E. V., Post-graduate Student of the Russian
Literature of the XX and XXI Centuries, Theory of Literature and
Folklore Department
E-mail: hatonhead@mail.ru*

ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА МУЖСКОГО ЖУРНАЛА

Д. О. Бельский

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

Поступила в редакцию 14 мая 2014 г.

Аннотация: в статье дается определение мужскому журналу как типу печатного СМИ, рассматривается его типологическая специфика.

Ключевые слова: система отечественных СМИ, типология, мужской журнал.

Abstract: the article is about men's magazine as a type of printed media and about the peculiarities of its typology.

Key words: Russian mass media system, typology, men's magazine.

В отечественной периодике есть журналы, называющие себя мужскими. Как правило, они преимущественно ориентированы на мужчин, представляя соответствующие контент и рекламу, интересные для данной читательской аудитории. Тем не менее до сих пор сам термин «мужской журнал» остается под вопросом. Единственное определение ему нам удалось найти в Едином отраслевом классификаторе печатных СМИ Гильдии издателей периодической печати: мужские журналы – это «издания, содержание которых предназначено для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей мужчин» [1]. В научной же литературе определения мужскому журналу мы не встречали.

Никто не давал полноценный типологический портрет отечественной мужской журнальной периодики, а он бы позволил систематизировать существующие издания, выявить новые ниши, полнее удовлетворить информационные запросы читателей. Это особенно актуально, если учесть, что сегмент мужских журналов на отечественном рынке печатных СМИ занимает значительную долю – так, издания-лидеры, чья территория распространения охватывает всю страну, ежемесячно удовлетворяют информационные запросы более 5,5 млн человек [2]. Кроме того, по данным на октябрь 2013 года официального сайта Роскомнадзора (<http://rkn.gov.ru>) в нашей стране зарегистрировано около сотни изданий для мужчин.

Первые упоминания о мужских журналах как таковых можно найти у Р. П. Овсепяна [3, 75]. Описывая журнальную периодику Российской Федерации 1990-х гг., он еще не называет интересующий нас сегмент мужским, а причисляет его к эротическим: «так в структуре журнальной периодики появились ... рекреативные, эротические издания – «Андрей», «ПФ-измерение», «СПИД, секс, здоровье»,

«Про любовь и не только» и др.». При этом необходимо учесть, что журнал «Андрей» позиционировал себя в глазах аудитории именно как мужской.

Двумя годами позже в учебном пособии для вузов «Система средств массовой информации России» мужские журналы уже получают «прописку»: «Появились журналы, обращенные к мужчинам, кощущению их мужественности: «Медведь» – «настоящий мужской журнал», «Супермен» – «журнал для сильных личностей», «Playboy», «Kasanova» и другие издания эротического толка» [4, 112]. Что немаловажно, по мнению автора, «мужские» «глянцевые» журналы – достаточно молодой сегмент на медиарынке, возникший на основе и по модели «глянцевых» журналов для женщин.

В учебном издании «Типология периодической печати» [5, 171-177] автор раздела о типологии мужских изданий разделяет мужские журналы по тематическому признаку, описывает рубрики, характеризует рекламные полосы. С отдельными выводами автора можно согласиться, но поскольку объем материала невелик, то многие положения требуют развития.

Данная статья является попыткой предложить вариант типологии мужских журналов. При этом мы опираемся как на собственные исследования мужской журнальной периодики РФ, так и на изыскания коллег, изучающих типологию периодической печати и СМИ.

В значительной мере мы придерживаемся подхода, разработанного отечественным медиаисследователем А. И. Акоповым еще в 1985 году [6], значительно расширенного В. В. Тулуповым [7]. Остановимся на основных «типформирующих» признаках.

Одним из важнейших типологических признаков является аудиторный. **Аудитория** исследуемых нами изданий – мужская. Так или иначе издатели и редакторы мужских журналов стремятся охватить наиболее широкий слой читателей, поэтому есть определенная унификация контента, что приводит к схожести в ау-

дитории. С разницей в 5-10, а иногда и в пару процентов у большинства исследуемых нами журналов читателями являются мужчины: руководители, менеджеры и специалисты, служащие, рабочие, студенты. Также неотъемлемой частью их фактической аудитории являются женщины (так, у «GQ» 42 % читателей – женщины, у «Esquire» – 45 %, у «Playboy» – 55,6 %).

Описание аудитории мужских изданий полезно дополнить такими принятыми в социологии журналистики демографическими критериями, как пол, возраст, профессиональная принадлежность, социальный статус, уровень доходов, уровень образования.

«Чтобы быть прибыльными, журналы борются за наибольшую возможную аудиторию, которую они могут достигнуть в пределах их потенциальной целевой группы. Все большее значение приобретает социальный статус читателей, в частности, уровень дохода, образования и т. п.» [8]

Большая часть глянцевого журналов, выходящих большими тиражами, ориентируется на аудиторию «среднего класса»: читателей образованных, вовлеченных в умственный труд и имеющих положительный финансовый статус.

А. В. Колесниченко [9, 54-58] предлагает к уже имеющемуся разделению по социально-демографическим признакам добавить социально-психологические: стиль жизни, самоидентификацию, покупательские предпочтения.

Ряд практиков в последнее время считает, что наступило время специализированных журналов для мужчин [10]. Максим Белозор, главный редактор журнала «Пингвин»: «Ниша изданий, рассчитанных на мужчин, забита уже очень плотно. Издатели, которые сюда стремятся с новыми проектами, должны понимать, что глянцевые мужские журналы, такие как «GQ», уже не впишутся в рынок. Надо хорошо поискать новые форматы внутри этого большого жанра, именуемого «мужской журнал». Лицензионное издание «Synс» тоже является симптомом начавшегося деления сегмента мужских журналов на подниши. Здесь будущее именно за интересными профильными проектами. При этом все крупные бренды – «Maxim», «GQ», «FHM» – сохраняют свои позиции».

Проанализировав контент-матрицы существующих в России изданий для мужчин, мы пришли к выводу, что их можно разделить на **мужские издания общего интереса и специального**.

Тематическая структура мужских журналов общего интереса достаточно универсальна, выработанная индустрией и запросами читателей: в таких изданиях мы найдем обзоры свежих кинофильмов, музыкальных альбомов и книг, модные тенденции мужской одежды и обуви, советы по стилю, материалы о новых ароматах и часах, идеи для путешествий, авторевю, гастрономический раздел и др. Так или иначе все эти разделы будут относительно равными по объему и количеству отведенных под каждый из них страниц.

Мужские издания специального интереса, также публикуя часть материалов общей направленности, уделяют особое внимание определенной тематике:

- моде и светской жизни («GQ», «Elle for man», «InStyle Man»);
- тенденциям общественно-политической и культурной жизни («Esquire», «Port»);
- спорту и здоровому образу жизни («Men's health», «Большой спорт» – спортивный ежемесячный журнал, позиционируемый именно как мужской);
- техническим новинкам («Men's Gadgets»);
- эротике («XXL», «Maxim», «Playboy»).

Одновременно с этим возникает вопрос, к какому типу или подтипу отнести те журналы, у которых целевая аудитория – мужская, а тематика – специфическая, например: журнал об охоте и рыболовстве «Охота и рыбалка XXI век», автомобильный журнал «За рулём» и др. Хотя издатели и ставят данные журналы в один ряд с мужскими, они являются специализированными. Освещая в подробностях ту или иную тематику, они завоевывают большую популярность (для сравнения в 2013 году полугодовая аудитория журнала «За рулём» – 4 млн 976 тыс. чел., а «самого читаемого мужского» журнала «Maxim» – 1 млн 386 тыс. чел.) материалами узкой направленности, не отражающими весь спектр интересов мужской аудитории.

Специфика мужских журналов позволяет ввести еще один критерий типологизации – **наличие/отсутствие эротического контента**. Ряд журналов отказался от эротического контента, отдав предпочтение светской тематике, общественно-политическим материалам, экономическим, обзорам новинок потребительского рынка – одежды, обуви, косметики, парфюмерии, авто, техники и т. д. В то же время такие издания, как «XXL», «Maxim», «Playboy», делают акцент на эротике и выносят на обложки соответствующие фотоиллюстрации.

По ключевым целям (целевому назначению), по нашему мнению, среди мужских журналов можно выделить такие типы:

- рекламно-информационные (цель – предоставить полезную информацию, в том числе коммерческого содержания);
- развлекательно-познавательные (цель – помочь читателям приятно и с пользой провести время, выполнить гедонистическую, рекреационную функции).

Учредители мужских журналов в нашей стране – частные компании. Продолжая разговор о типологических признаках мужских журналов, нельзя не упомянуть принадлежность к международным издательским домам. В отечественной мужской журнальной периодике большую часть изданий представляют адаптированные журналы иностранного происхождения, например: «GQ» (ИД Conde Nast

Russia); «Esquire», «Men's health», «Collezioni Uomo» (Sanoma Independent Media); «Playboy» (ЗАО «Бурда Интерактив» по лицензии Playboy Enterprises International, Inc.); «Maxim» (ИД Hearst Shkulev Media) и др. Региональные мужские журналы являются российскими по происхождению: «Банзай», «Mister Стольник», «Men's club», «Медведь».

Еще один из важнейших типологических признаков мужских журналов – **дизайн**. В каждом отдельном издании он специфический. Большинство мужских журналов – «визуализированные». Пожалуй, выбивается из этого ряда Esquire – здесь соотношение иллюстративного и текстового блоков сдвигается в сторону последнего. В целом для мужских журналов как изданий иллюстрированных характерно обилие фотоматериала, наличие постановочных фотосессий и коллажей.

Помимо основных типобразующих признаков, согласно иерархии В. В. Тулупова [7], имеются зависящие от них вторичные: особенности подачи информации, реклама, способы распространения и др.

Реклама – основной доход мужских журналов, наряду с подпиской и продажей в розницу. Значительная часть визуальной информации в них так или иначе является рекламным материалом. По этой причине весь журнал превращается в своеобразный рекламный каталог, разбавленный нерекламной информацией.

По способу распространения можно выделить две основные разновидности мужских журналов: 1) распространяемые платно; 2) распространяемые бесплатно. Все общероссийские издания распространяются по подписке и продаются в розницу. При этом региональные мужские журналы представляют комбинированную схему распространения: подписка (может быть платной – для читателей и бесплатной – для существующих и потенциальных рекламодателей), продажа в розницу и бесплатная выкладка.

По территории распространения мужские журналы бывают:

региональные («Strong Man» в Москве, «Men's club» в Краснодаре, «Банзай», «Mister Стольник» в Екатеринбурге, «New Man» в Хабаровске и др.);

общероссийские («Медведь», «FHM»);

международные — речь именно о российских версиях транснациональных изданий («Esquire», «Men's health» и др.).

Все журналы общероссийского и международно-го охвата делают ставку на распространение в Москве и Санкт-Петербурге, направляя туда большую часть тиражей, а остальное – по другим регионам страны. Немаловажно, что география их дистрибуции выходит за пределы страны – так, российский «Men's health» продается в Белоруссии, российский «Esquire» – в Белоруссии, Украине, Прибалтике и т. д.

География материалов в международных изданиях охватывает трансграничные, зарубежные

события, новости из жизни зарубежных звезд, новинки потребительского рынка. Как ни странно, но данная география повторяется и в материалах общероссийских и даже региональных изданий для мужчин. Разумеется, они публикуют материалы и российского или соответствующего местного содержания, но в меньшем объеме.

Под **особенностями подачи информации** подразумевается, прежде всего, ориентация издания на стандарты качественной (в качестве примера можно привести журнал «Esquire», «Port») либо на стандарты массовой прессы: броские заголовки, обилие иллюстраций, небольшой размер публикаций, упор на информацию, а не на аналитику (в качестве примера можно привести журналы «Maxim», «XXL»).

Характер информирования в мужских журналах, как правило, максимально субъективный и оценочный, это журналистика мнений.

Среди **жанров** мужской периодики преобладают письма читателей, обзоры, новости, интервью, статьи, эссе, авторские колонки, реже – путевые очерки. Среди **фотожанров** можно выделить репортаж, сессию, портрет, очерк, коллаж, монтаж [11].

Наконец, к формальным (техническим) можно отнести следующие критерии типологизации мужских журналов: цветность, объем, формат, периодичность, тираж.

По объему представлены мужские журналы в диапазоне от 108 (XXL, FHM) до 250 страниц (Esquire). Исключение по понятным причинам составляют региональные издания – они могут выходить в объеме и от 64 страниц.

Формат мужских изданий достаточно разнообразен: большинство выходят в размере А4 и его вариациях; только Men's health с весны 2005 года начал выпускать формат mini [12].

Данные о **тираже** основных мужских журналов России приведены в таблице «Тиражи отечественных мужских журналов, 2013 год».

По периодичности представлены журналы:

ежемесячные («XXL», «Men's health» и др.);

выходящие раз в два месяца («StrongMan», сдвоенные номера «Банзай»);

ежеквартальные («Port Russia»; «InStyle Man» – приложение к женскому журналу «InStyle»);

полугодовые («GQ Style» – приложение к «GQ»; «Collezioni Uomo»).

Еще одно направление, которое сейчас активно осваивается мужскими журналами, – это пространство Интернета, причем там встречаются, согласно изысканию М. М. Лукиной [13, 38-45], «как «клоны» традиционных СМИ, их «гибриды» (дополненные и расширенные в онлайн печатные версии), так и абсолютно самостоятельные проекты, не имеющие офлайн-версий».

Таким образом, изучив типологические характеристики мужской журнальной периодики, можно

сказать, что мужской журнал – это периодическое печатное СМИ, которое имеет все типологические признаки журнального издания и особые отличия в контенте, тематике, дизайне, структуре, жанровом наполнении, языке в связи с нацеленностью на мужскую читательскую аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Единый отраслевой классификатор печатных СМИ ГИПП. – Режим доступа: <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=2327>
2. Данные мониторинга печатных СМИ National Readership Survey, март-июль 2013 года. Dallas. – Режим доступа: <http://www.tns-global.ru>
3. Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики : учеб. пособие / Р. П. Овсепян / под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Изд-во МГУ, 1999. – 304 с.
4. Система средств массовой информации России : учеб. пособие для вузов / под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 259 с.
5. Типология периодической печати : учеб. пособие для вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
6. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) / А. И. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985.
7. Тулупов В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий / В. В. Тулупов // Научно-культурологический журнал. 05.06.2007. Dallas. – Режим доступа: <http://www.relga.ru>
8. Зверева Е. А. Современные российские журналы : тенденции и стратегии развития / Е. А. Зверева // Электронное научное издание «Актуальные инновационные исследования : наука и практика». – № 3-4. – 2009 год. – Режим доступа: <http://www.actualresearch.ru>
9. Колесниченко А. В. Зарубежные исследования аудитории прессы : учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М. : Изд-во МГУ, 2009. – 96 с.
10. Гаев Д. Пришло время специализированных журналов для мужчин [Электронный ресурс] // Гильдия издателей периодической печати. – Режим доступа: <http://www.gipp.ru/viewer.php?id=8475>
11. Березин В. М. Фотожурналистика : учеб. пособие / В. М. Березин / под ред. В. М. Березина. – М. : Изд-во РУДН, 2006. – 159 с.
12. Назайкин А. Н. Таблоиды наступают. И не выигрывают? / А. Н. Назайкин // Медиаскоп : электронный научный журнал фак-та жур-ки МГУ им. М. В. Ломоносова. – Выпуск № 1, 2007 г. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/193>
13. Лукина М. М. СМИ в домене Ру : хроника, цифры и типы / М. М. Лукина // Вестник Московского университета. – Сер. 10. Журналистика. – 2001. – № 6.

Т а б л и ц а

Тиражи отечественных мужских журналов, 2013 год

Названия журнала	Ежемесячный тираж, заявленный редакцией экз.	Ежемесячный тираж, выявленный Национальной тиражной службой, экз.
Maxim	216000	нет данных
Men's health	205000	нет данных
Playboy	120000	60919
FHM	110000	нет данных
XXL	110000	нет данных
Esquire	90000	нет данных
GQ	69041	58648
Strong Man	50000	8333
Банзай (Волгоград, Екатеринбург, Тюмень)	24000	24000
Mister Стольник (Тюмень, Сургут, Красноярск)	21500	21500

Источники данных: медиа-киты изданий, данные «Пресс-аудита» НТС за январь-август 2013 г. – Режим доступа: <http://pressaudit.ru/trusishka-zajka-serenkij-v-rossiyu-priskakal/>

Балтийский федеральный университет имени И. Канта
Бельский Д. О., аспирант

Baltic Federal University named after I. Kant
Belsky D. O., Post-graduate Student

ТЕОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ КАК ФЕНОМЕН НЕКЛАССИЧЕСКОЙ И ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ НАУКИ

А. Е. Богоявленский

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 9 апреля 2014 г.

Аннотация: статья посвящена представлению паблик рилейшнз в парадигме неклассической и постнеклассической науки.

Ключевые слова: PR, паблик рилейшнз, неклассическая наука, постнеклассическая наука.

Abstract: the article is devoted to representation of public relations in the paradigm of nonclassical and postnonclassical science.

Key words: PR, Public Relations, nonclassical science, postnonclassical science.

Я служил грузчиком в фирме, которая занималась, как теперь понимаю, не столько джинсами, сколько постмодернизмом.

Выглядело это так: на полу лежала груда купленных по дешевке штанов, на которые тихие пуэрто-риканки нашивали модный ярлык «Сассун».

На Пятой авеню эти джинсы шли по пятьдесят долларов.

Александр Генис. «Довлатов и окрестности»

Представляя разнообразные в разной степени аргументированные позиции теоретиков PR по отношению к периодизации этой дисциплины [1], исследуя их подходы к толкованию исторических фактов, мы неизбежно приходим не только к выводу о чрезвычайном многообразии высказанных суждений, но и к пониманию того, что рассматривая исторический процесс вне рамок аргументированной и четкой методологии невозможно определить причину, по которой в то или иное время начинают возникать те или иные сферы научной и прикладной PR-деятельности, или при каких событиях, процессах стираются грани, отделяющие одну отрасль знаний от другой. И здесь чрезвычайно важно поставить вопрос об интеграции науки о PR в глобальную общенаучную парадигму, которая, в соответствии с концепцией академика В. Степина [2], включает три макроэтапа: классический, неклассический и постнеклассический. Классическая наука (в трактовке В. Степина приблизительно до XVII в.) имела в своем основании «механистическое» понимание природы и мира. В рамках предлагаемой концепции мы отмечаем *донаучный период* развития паблик рилейшнз (а также, предположим, маркетинга и журналистики), приходящийся на время, описанное (с допустимыми погрешностями) Д. Беллом как

«доиндустриальное», Л. Иноземцевым как доэкономическое, С. Круком и С. Лэшем как «премодернистское», а Э. Тоффлером как завершающий этап «первой» и начало «второй волны» цивилизации.

Неклассическая наука (как считает В. Степин, приблизительно с конца XIX в. до конца 70-х – начала 80-х годов XX в.) была основана на идее релятивности. Именно в этот период происходит не только зарождение представленных В. Степиным научных идей (открытие делимости атома, становление релятивистской и квантовой теории, концепция нестационарной Вселенной, квантовая химия, становление генетики, кибернетики и теории систем), определивших диалектическое преобразование классических наук, но и теории журналистики, научного знания о маркетинге и PR. Таким образом, в рамках предложенной В. Степиным парадигмы, указанные нами дисциплины вступают в *научный этап* своего теоретического осмысления. Кроме того, вновь подчеркнем, с ранее полагаемыми допустимыми погрешностями может быть установлена связь с индустриальным обществом (по Д. Беллу XVII в. – сер XX в.), обществом экономическим (В. Иноземцев), модернистским состоянием социума по С. Крук и С. Лэшу (предложим культурологическую трактовку и обозначим ранние основания теории PR как науки эпохи модернизма), а также исходом «второй» волны цивилизации по Э. Тоффлеру (описанный коммуникативистом как закономерный итог индустриальной революции).

Постнеклассический этап науки трактуется В. Степиным как современный период, характерными чертами которого становится эволюционизм, междисциплинарность и утилитарность. Полагаем, что этому этапу развития науки соответствует постиндустриальное общество по Д. Беллу (с середины XX в. – данная теория может быть применена не только к экономической, социологической или по-

литологической науке, но и к теории журналистики, маркетинга и PR), постэкономическое общество (по В. Иноземцеву), постмодернистское состояние социума (по С. Круку и С. Лэшу) и «третья» волна цивилизации (по Э. Тоффлеру).

Описывая постнеклассический тип научной рациональности В. Степин пишет, что он «расширяет поле рефлексии над деятельностью. Он учитывает соотношенность получаемых знаний об объекте не только с особенностью средств и операций деятельности, но и с ценностно-целевыми структурами. Причем эксплицируется связь внутринаучных целей с вненаучными, социальными ценностями и целями» [2]. Полагаем, что последний тезис (хотя он чрезмерно формально и слишком умозрительно трактует лишь *внешне* «вненаучный» статус социальных ценностей) весьма точно соотносится как с наиболее масштабными идеями научного знания о паблик рилейшнз, маркетинга и журналистики (в частности, идеями социальной ответственности), так и с локальными суждениями (например, с предлагаемым нами пониманием «восходящих уровней образности» в PR). Развивающиеся в теории и практике указанных дисциплин процессы конвергенции, интеграции и гибридизации (в частности, параметр ИМК, который в зависимости от его наполнения может трактоваться не только как интегрированные маркетинговые коммуникации, но и, как мы допускаем, *интегрированные массовые коммуникации*), требуют своего осмысления именно в новой парадигме постнеклассической науки. Понимание этого обстоятельства, возможно, позволит более точно описать ту значительную трансформацию, которую переживают информационные феномены в новой гиперкоммуникационной среде. В рамках предлагаемой культурологической трактовки этот этап развития науки не только можно соотнести с постмодернистским этапом развития философии и искусства, но и экономики, когда, например, в иерархии приоритетов потребителя товар как таковой уступает место информации о нем (подчас не вполне верной – см. эпиграф), но и поставить вопрос о наличии объединяющих их процессов, позволяющих быть описанными в рамках синергетической методологии.

Таким образом, несмотря на некоторые отдельные «шероховатости» периодизации (кроме того, отметим и временной лаг между этапом классической науки и последующими), идея В. Степина оказывается применима для описания закономерностей развития гуманитарного знания и интегрируемых с ним сфер.

Представляя понимание теории PR в рамках парадигмы неклассической и постнеклассической науки, предложим установить некие базовые точки, задать систему координат необходимую для комплексного представления об этом феномене.

Амбивалентность PR, допускающая противоречивость разных толкований этой «дисциплины особого свойства», особый статус теории PR – дисциплины, интегрирующей фундаментальные основы большинства гуманитарных наук, включенность PR в систему самых разных коммуникационных практик предполагает установление нескольких взаимообусловленных базовых точек отсчета.

Институализация PR состоялась под влиянием усиления значения институтов пропаганды и рекламы и развития их многофункциональных возможностей на фоне качественно новой социально-экономической обстановки, складывающейся в результате становления феномена массивификации в конце XIX в. Следствием этого процесса стало дробление указанных институтов на определенное количество их коммуникационных составляющих, способных быть обозначенными в виде «неформальных признаков» PR, и их дальнейшем стремительном развитии.

Понимая характерный для неклассической и постнеклассической парадигмы междисциплинарный характер теории PR, обозначим трактовку данного феномена с позиций некоторых дисциплин, имеющих важное влияние на формирование современного социального института паблик рилейшнз

Полагаем, что с воззрений теории *социологии* PR следует изучать как интегрированную совокупность проявлений массивификации социума (массовое производство, массовое потребление, масс медиа, массовая культура (или массовое бескультурье), массовое искусство, массовое общество, массовое сознание и массовое бессознательное, «восстание масс»). Таким образом, с социологических позиций PR трактуется нами как специфическая технология периода массивификации социума.

С *культурологических* позиций уместно взглянуть на PR как на коммуникацию периода модернизма и постмодернизма. PR возникают как коммуникация периода модернизма, а затем и постмодернизма – важнейших направлений философии и искусства эпохи массивификации социума. Перфомансы специальных событий, геймеризация контента, парадоксальная ситуация интертекста, использование готовых жанровых форм, ситуация дискурса в дискурсе и т. п. свидетельства, преобразующие (изменяющие и воссоздающие на новом уровне) коммуникацию внутри социума, между его организациями и индивидуумами – вот неполный перечень, иллюстрирующий постмодернистское присутствие в современных паблик рилейшнз. Однако культурологи и философы традиционно рассматривают как искусство модернизма и постмодернизма только рекламу. Масштабных работ, где в этом же аспекте достаточно полно и аргументировано рассматривались PR, нам встретить пока не удавалось (что, разумеется, отнюдь не означает полное отсутствие та-

ковых). Между тем именно PR могли бы претендовать на роль основного массово-коммуникационно-го «технологического искусства» данной эпохи.

Массовая культура «создает» широко используемое в паблик рилейшнз модернистское понятие «имидж», понятие, в котором видится отголосок утраты веры в рациональные проявления человеческого разума – внешнее, формальное, поверхностное представление о субъекте.

Философия PR, как и философия постмодернизма, допускает ряд взаимодополняющих концепций, которые подчас носят взаимоисключающий характер (что, в известной степени, проявляется уже на уровне многообразия дефиниций). В философской идее антропологического поворота XX в. М. Шелера (так же, как и в учении Э. Канта) мы находим истоки и предпосылки восходящего преобразования значения «имидж», которое в рамках предлагаемой концепции восходящих уровней образности PR способно «взойти» до уровня образа [3].

При подобном понимании значения «имидж» и его «восходящей» трансформации, безусловно, следует учесть и мнение известного культуролога и исследователя масс-медиа Дж. Бигнелла, утверждающего о доминировании визуальной коммуникации в постмодерне [4].

С позиций теории *маркетинга*, мы предлагаем рассматривать PR в контексте эволюции маркетинговых концепций, что позволяет сосредоточить внимание на ярко выраженном векторе, направленном в сторону этических технологий и идеи КСО.

В рамках теории *маркетинговых коммуникаций* выделение в качестве маркетинговых коммуникаций четырех базовых дисциплин (PR, *advtrtisement*, *sales promotion* и *direct marketing*), как мы считаем, условно отражает лишь коммуникационные предпочтения, сложившиеся в инструментарии маркетинга при переходе от монологичной экономической философии «inside-out» к диалогичной модели «outside-in» в период становления и развития консюмеризма (приблизительно 30-е годы XX в.). Диалектическое развитие домаркетинговых и маркетинговых коммуникаций по линии «реклама (совокупность прамаркетинговых коммуникаций) – МК (собственно маркетинговые коммуникации) – ATL / BTL – ИМК (интегрированные маркетинговые коммуникации) – ИБК (интегрированные бизнес-коммуникации) – ИСК (интегрированные социальные коммуникации) [5] обуславливает наличие соответствующих текстовых форм, что существенно расширяет возможность идентификации PR-текстов и их возможной генеалогической классификации.

С дальнейшим развитием способов *массовой коммуникации* в направлении цифровых СПМГ (авторский термин – средств персональной мобильной гиперкоммуникации), приходящим на смену традиционным аналоговым медиа (СМИ, СМПП, СМК) [6]

не только приводит к столь же качественному изменению содержанию массовой культуры, а, следовательно, и состоянию массового общества, но и ведет к радикальному изменению управленческих решений: на смену прежним управленческим, определим, вульгарно – манипулятивным приемам *вынужденно* приходят совершенно новые технологии – *этические* технологии эпохи гиперкоммуникационного менеджмента. Сама идея этических технологий заключается в том, что происходит взаимный дрейф идей: *гражданского* общества в сторону, характерного для развития и самосохранения массового общества отказа от форм физического насилия ради достижения своих целей, а *массового* – в сторону гражданского самосознания. Это сближение, ставшее следствием антропологического поворота и вызванное развитием коммуникационных технологий, приводит к созданию особого феномена гиперкоммуникационного общества и его последующего развития.

Важной базовой точкой теории PR может стать положение о *генетическом коде* паблик рилейшнз. И. Кужелева-Саган, выводя «операциональное определение PR как объекта познания», пишет, что: «паблик рилейшнз – это многомерный, полионтологичный, амбивалентный и эволюционирующий антропо-социокультурный феномен, «генотип» которого составляют пять генерализированных, неразрывно связанных друг с другом, кодов: «коммуникация», «технология», «управление», «диалог», «общественное мнение» [7]. Признавая несомненный вклад томского исследователя в теорию PR, уточним, что «структура ДНК» PR может быть представлена и иными «кодами», а их центральное звено может быть выявлено в идее гармонизации социума [8].

Таким образом, современное толкование сущности PR может быть таково: генеральная цель PR – создание авторитета (в соревновательной среде – достижение конкурентных преимуществ) организации или лица, а миссия – поиск путей гармонизации отношений с внешней и внутренней социальной средой. Подобное осмысление миссии PR поможет выявить краеугольный камень, лежащий в основании двусторонней симметричной модели коммуникации паблик рилейшнз Дж. Грюнига и Т. Ханта, а также представить своеобразный «догмат» выдвигаемой нами идеи макро-PR как средства сохранения гомеостаза. В данном случае под миссией мы подразумеваем наиболее общую задачу PR, представленную в наиболее общей форме и четко выражающую гармонизирующую природу PR, а догмат мы трактуем как изначально заложенное и не подлежащее иному истолкованию центральное звено генетического кода, лежащее в самом основании этой коммуникационной дисциплины

Как видно из представленного материала, в ряде случаев для более точного отражения существующей коммуникационной практики мы предлагаем вводить новый терминологический аппарат, что в целом отражает общий тренд, связанный как с процессом дигитализации известных феноменов аналоговой эпохи, так и развитием гиперкоммуникационной практики.

Бесспорно, представленный список базовых точек, определяющих PR-присутствие, может быть существенно уточнен и дополнен. Вместе с тем полагаем, что само их наличие может позволить более точно выстроить траекторию подготовки PR-специалистов надлежащего уровня, обеспечить координацию дисциплин профессионального и общедисциплинарного циклов в рамках болонского процесса и кредитно-модульной системы, наметить перспективные научные направления теории PR.

ЛИТЕРАТУРА

1. Связи с общественностью : теория и практика : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / А. Е. Богоявленский и др.; АНО «Ин-т полит. Анализа и стратегии» : Воронеж. гос. ун-т, фак. журналистики ВГУ / под ред. В. В. Тулупова, Е. Е. Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. – 327 с.
2. Степин В. С. Теоретическое знание / В. С. Степин. – М., 2000. – Режим доступа : <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/stepin.html>

3. Богоявленский А. Е. Понятия «Имидж», «Репутация», «Образ» в контексте «Критики чистого разума» И. Канта / А. Е. Богоявленский // Акценты. – 2004. – № 5–6. – С. 57–63.

4. Bignell J. Postmodern media culture / J. Bignell. – Edinburgh, 2000. – P. 50.

5. Богоявленский А. Е. О терминах ИБК (интегрированные бизнес-коммуникации) и ИСК (интегрированные социальные коммуникации) / А. Е. Богоявленский // Коммуникативно-управленческие стратегии в развитии социальных систем: тенденции, ресурсы, технологии : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15-16 ноября 2012 г.) : в 3 ч. – Ч. 1. – Екатеринбург : ИГУП, 2012. – С. 12–18;

6. Богоявленский А. Е. СМИ или СПГ? (семантическая тайнопись коммуникационных терминов) / А. Е. Богоявленский // Журналистика в 2006 году. СМИ в многополярном мире. Мат. Междунар. науч.-практ. конф. [г. Москва, Февраль, 2007 г.]. – М. : МГУ, 2007. – С. 277–278.

7. Кужелева-Саган И. П. Онтогносеологические и философско-методологические основания научного знания о связях с общественностью : автореф. дис.... док. Философ. наук / И. П. Кужелева-Саган. – Томск, 2008. – С. 10.

8. Богоявленский А. Е. Центральное звено генетического кода PR / А. Е. Богоявленский // Журналистика в 2012 году. Социальная миссия и профессия. Мат. Междунар. науч.-практ. конф. [г. Москва, 9-11 февраля 2013 г.]. – М. : МГУ, 2013.

*Воронежский государственный университет
Богоявленский А. Е., кандидат филологических наук,
доцент кафедры связей с общественностью
E-mail: vasheblagorodie@gmail.com*

*Voronezh State University
Bogoyavlensky A. E., Candidate of Philology, Associate
Professor of Public Relations Department
E-mail: vasheblagorodie@gmail.com*

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ АМЕРИКАНСКИХ ЖУРНАЛОВ

И. Н. Карапетова

*Институт международных отношений Пятигорского государственного
лингвистического университета*

Поступила в редакцию 20 марта 2014 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности классификации современных американских журналов. Приводится характеристика современных тенденций журнальной периодики. Ставится проблема изучения типологии американских журналов.

Ключевые слова: глянцевые издания, тираж, классификация, запросы читательской аудитории, малый подписной индекс, иллюстрированные издания.

Abstract: this article observes the peculiarities of modern American magazines classification. The characteristic of modern trends of magazines is also considered here. The problem of the typology of American magazines is raised.

Key words: glossy magazines, circulation, classification, requests of the readers, small subscription index, illustrated editions.

ВВЕДЕНИЕ

Специфика американских журналов заключается в том, что они, в отличие от газет, в большинстве своём имеют национальный характер. Это во многом обуславливает, в сравнении с газетами, громадные тиражи периодических глянцевых изданий.

МЕТОДИКА ЭКСПЕРИМЕНТА

Так, более 50 журналов выходят тиражами более 1 млн экземпляров. Тираж 6 американских журналов превышает 10 млн экземпляров. В целом в США в обращении находятся около 19.000 различных наименований журналов. При этом ежегодно появляется около 300 новых журналов. По данным Энциклопедии мировой индустрии, половина из вновь появившихся журналов находит своего потребителя. В 2004 году впервые с 1990-х гг. увидели свет более одной тысячи новых единиц журнальной периодики. В общей сумме насчитывается около 7.000 потребительских журналов, из которых 3.600 ежемесячные издания и 400 еженедельные [2].

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Чтобы отвечать современным тенденциям журнальной периодики, дизайн, содержание, а также обложка издания должны отвечать запросам узко сегментированной аудитории. Ещё в 80-е годы XX века американский философ Элвин Тоффлер заключил, что эпоха традиционных СМИ, обращённых к универсальной по составу аудитории, заканчивается. В постиндустриальном обществе наступает эпоха СМИ, ориентированных на «микроаудитории»

в соответствии с разнообразными интересами и потребностями различных аудиторных групп. Процесс «демассификации» СМИ, сопровождающийся дроблением массовой аудитории на определённые сектора, вызван как социальными причинами и прогрессом коммуникационных технологий, так и особенностями современного рекламного бизнеса, который ставит своей целью доводить рекламу адресно до каждой аудиторной группы, сопровождаясь чёткими делениями по определённым параметрам и предпочтениям.

Согласно исследованиям американских учёных, большинство из находящихся в обращении журналов, можно представить к следующей классификации:

1. журналы общего интереса: People, Reader's Digest, Parade;
2. географические журналы: New York, Arizona Highways;
3. демографические журналы: Seventeen, Teen People, People in Espanol;
4. журналы «стиля жизни»: Maxim, Rolling Stone;
5. новостные журналы: Time, Newsweek, U. S. News & World Report;
6. специализированные журналы: Guitar Player, Mountain Bike, Road Bike, Country Kitchens;
7. профессиональные журналы: Broadcasting & Cable, Editor & Publisher, Billboard;
8. элитарные журналы: The New Yorker, The New York Review of Books [9, с. 97].

Типологическая классификация журналов, представленная С. А. Михайловым, по нашему мнению, является наиболее точной и объективной.

Данная классификация представляет собой первоначальное деление журналов на две большие группы. Первая представляет собой специализированные издания. Вторая представляет журналы «общего интереса», которые можно назвать потребительскими журналами. Последняя группа также распадается на подгруппы.

Таким образом, С. А. Михайлов относит следующие издания к группе специализированных: деловые (Advertising Age), научно-технические (Sea Technology, Electronic Design), заводские или учрежденческие (журнал компании «Дженерал Электрик» – EDN), профсоюзные журналы (American Federationist), военные (Military Chaplain), религиозные (Inspiration, America) [1, с. 245–257].

Представляется очевидным неоднородность подгруппы деловых изданий. Мы склонны утверждать, что позиция подгруппы деловых изданий требует разделения на узкоспециализированные деловые и универсальные деловые журналы. Причиной появления новых изданий на рынке печати является непосредственно запросы читательской аудитории. Так, деловым читательским кругам необходима информация о различных отраслях бизнеса, новых тенденциях в мире экономики и бизнеса.

В этом отношении классификация изданий на универсальные типы журналов, представляется нам наиболее точной. В эту группу можно отнести такие журналы: журнал Fortune, Business Week. В то же время журнал Advertising Age удовлетворяет запросы отдельного направления индустрии. Категория профессиональных изданий Editor & Publisher, Broadcasting & Cable, Air & Space также относится к подгруппе деловых изданий, однако это обособленная группа журналов, так же как и военная и профсоюзная периодика, хобби. Это связано со спецификой этих изданий. Стоит выделить так называемые журналы по интересам или хобби. Несмотря на то что подобный тип изданий посвящён сфере любительского интереса, и его нельзя отнести к профессиональной категории, всё же данная подгруппа журналов является специализированной периодикой. Сюда относятся следующие журналы: Mountain Bike, Guitar Player и др.

По нашему мнению, специализированная периодика представляет собой наибольший интерес, поскольку пользуется популярностью среди большого количества коллективов и обществ людей, имеющих общие профессиональные цели, что делает возможным оказывать дифференцированное влияние на различные группы читателей. На сегодняшний день наблюдается усиление дифференциации изданий, относящихся к специализированной периодике, поскольку современные издания удовлетворяют интересам и увлечениям каждого читателя, каким бы редким не было его хобби.

Журналы группы «общего интереса», по мнению исследователя С. А. Михайлова, подразделяются на информационные издания (Newsweek, Time), иллюстрированные (Life, Look, Sports Illustrated), бульварно-развлекательные. Бульварно-развлекательные журналы в свою очередь подразделяются на недорогие издания, опубликованные на некачественной бумаге (pulp magazines), журналы для фанатов (fan magazines), журналы порнографического содержания (cheese-cake magazines), и, наконец, молодёжные журналы.

По нашему мнению, разбивка информационных и иллюстрированных журналов на разные группы является спорным, так как такие издания как Newsweek и Time можно отнести не только к информационным, но и к иллюстрированным. Мы полагаем, что в этом случае необходимо создать несколько иную классификационную подгруппу, например, информационно-иллюстрированные журналы.

Подгруппа иллюстрированных журналов также делится на журналы новостей и массовые журналы. Американский журнал «Vogue» мы относим в подгруппу иллюстрированных массовых журналов. Американский журнал «Vogue» принадлежит концерну «Conde Nast International». Будучи влиятельным журналом в мире моды и имея огромные тиражи, «Vogue» является весьма авторитетным изданием. Индивидуальность бренда «Vogue» укоренилась во всём мире. «Conde Nast International» контролирует все издания за пределами США, чтобы обеспечить их качество. Европейские издания – полностью принадлежат концерну, и стандарты качества там хорошо укоренились [9].

«Vogue» имеет и дочерние издания во Франции, США, Италии, Германии, Испании, Австралии, Бразилии. Это международный журнальный бренд, у которого по популярности имеется четыре глобальных конкурента, причём часть из них принадлежит корпорации «Conde Nast». К ним относятся известные мировые бренды – Glamour, Cosmopolitan, Elle, Marie-Claire.

Необходимо отметить, что американское и британское издания «Vogue» ориентированы больше на массовый рынок, чем французская и итальянская версии журнала.

Стратегия минимального маркетинга журнального продукта является отличительной особенностью французского «Vogue». По словам Дидье Субербелля, руководителя корпорации «Conde Nast» во Франции, французский аналог «Vogue» избегает массовой рекламы: «Мы стараемся использовать сам журнал в качестве рекламного инструмента, постоянно помещая его в местах продаж. Мы даём рекламу на газетных киосках и на плакатах, но в основном считаем, что сам продукт должен передать нужный нам образ» [3, с. 213].

От остальных иллюстрированных американских журналов, «Vogue» отличается тем, что ориентирован на запросы своей целевой аудитории, сообщая о качественных товарах, модной одежде, местах развлечения для состоятельных людей, а также для тех, кто стремится ими стать.

Можно заключить, что журнал «Vogue» является изданием-флагманом в мире глянцевого журнального о моде.

Телевизионные еженедельные журналы и издания-дайджесты также относятся к группе иллюстрированных изданий. Расширение группы изданий «общего интереса», по нашему мнению, является необходимым за счёт включения в их список таких подгрупп как журналы стиля жизни (Rolling Stone) и научно-популярных иллюстрированных журналов (National Geographic).

Рассматривая классификацию, данную американским исследователем Дж. Домиником (Dominick J.), возникает необходимость уточнения категории «демографических» журналов, поскольку не все журналы для мужчин, женщин и молодёжи можно отнести к подгруппе бульварно-развлекательных изданий. Так, среди традиционной женской журнальной периодики можно заметить чёткое деление изданий на возрастные категории: для девочек (Teen), подростков (Seventeen), деловых женщин (Working woman), молодых деловых женщин (Cosmopolitan), феминисток (Ms), домохозяек (Martha Stewart Living), бабушек и дедушек (Grandparents magazine). Следует отметить различие этих изданий в степени массовости. Одни являются очень популярными и носят массовый характер, а другие менее популярны, и являются немассовыми.

Что касается аудитории, интересующейся изданиями «общего интереса», то она довольно разнообразна как в интеллектуальном, так и в социальном плане. Именно данный факт позволяет скорректировать классификацию американских журналов с учётом принципов запроса читательской аудитории, в связи с чем мы считаем необходимым уделить внимание изданиям, которые обращены к аудитории с повышенным уровнем интеллекта. Журналы, соответствующие подобной категории, по мнению американских исследователей, называются «элитарными». С. А. Михайлов обозначил их как «интеллектуальные» журналы [1, с. 258].

Издания, относящиеся к данной группе, нацелены на читательские интересы высшего общества или элиты, способной принимать политические решения. В системе классификации эти журналы находятся между изданиями «общего интереса» и деловыми изданиями. Их особенность состоит в том, что, несмотря на их невысокие тиражи, интеллектуальные журналы оказывают большое влияние на общественное мнение через свою необычную аудиторию – лидеров по природе. В этом отношении

наиболее влиятельными являются категории качественных интеллектуальных журналов – литературно-политические журналы выражающие своё мнение (New Yorker, Harper's magazine), экономико-политические (Forbes, Business week, Fortune), а также журналы по вопросам внешней политики (Foreign Affairs). Правительственные чиновники ориентируются на журналы – Foreign Affairs, гордящиеся своим влиянием и тем, что их статьи используются в политических спорах на высшем уровне [9, с. 97].

Информация, содержащаяся в интеллектуальных (элитарных) журналах, представляет собой общую оценочную информацию о книгах, которые освещают актуальные политические обсуждения и споры.

Помимо того, что интеллектуальные журналы способны оказывать воздействие на большую аудиторию, обладая при этом малым подписным индексом, у них есть ещё две парадоксальные особенности.

Во-первых, несмотря на свои малые тиражи, эти журналы приносят немалую прибыль своим владельцам. В этом отношении справедливы слова исследователя Дж. Доминика: «Даже малотиражные издания могут быть прибыльными, если их содержание опирается на достижение интересов и если их аудитории важна специфическая реклама» [6].

А во-вторых, подобная литература способна оказывать большое влияние на политический процесс, поскольку элитарные журналы несут коммуникативную функцию для предназначенной им аудитории, представленной политическими деятелями. Для своей избранной аудитории США представлен широкий выбор журналов, начиная с либеральных изданий (The Progressive, New Republic, The Nation), заканчивая консервативными (National Review) и неоконсервативными (Public Interest, Commentary).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подытоживая вышесказанное, следует отметить достаточно стабильный рост американской журнальной отрасли. По нашему мнению, это происходит за счёт специализации изданий, а также фрагментации читательской аудитории. Журнальная промышленность США является быстро развивающимся сектором экономики, который вносит существенный вклад в развитие экономику страны в целом.

Обзор журнальной периодики США показывает, что эффективность обращения к аудитории зависит не только от СМИ, но и от степени доступности того или иного издания через различные средства информации. Неизменной остаётся такая важная черта как качество журнала. Сеем предположить, что именно качество американских журналов играет ключевую роль в маркетинговых стратегиях. Большое число медиакомпаний предпочитают затрачивать свои материальные ресурсы на содержание и дистрибуцию своих изданий, а не на рекламу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика / С. А. Михайлов. – СПб., Издательство : «изд-во Михайлова В. А.», 2005. – 320 с.
2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учеб. пособие / [отв. ред. Е. Л. Вартанова]. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 376 с.
3. Тангейт М. – Медиа Гиганты / М. Тангейт. – М. : Изд-во Альпина Бизнес Брукс, 2006. – 243 с.
4. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – Издательский дом : ООО «Фирма «Издательство АСТ». – 2004. – Электронная библиотека RoyalLib.Ru, 2010-2014. Контактный e-mail: royallib.ru@gmail.com. – Режим доступа: http://royallib.ru/book/toffler_elvin/tretya_volna.html
5. Bloomberg M. Bloomberg by Bloomberg / М. Bloomberg. – John Wiley&Sons Inc., New York. – 1997.
6. Dominick, J. The Dynamics of Mass Communication / J. Dominick. – New York: McGraw-Hill, 1993. – 600 pages.
7. Flournoy Don M. and Sewart Robert K. Making News in the Global market, John Libbey Media, Luton. – 1997.
8. Seebohm C. The Man who was Vogue. The Life and Times of Conde Nast / C. Seebohm. – Weidenfeld&Nicholson, London. – 1982.
9. Straubhaar J. LaRose R. Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology. – 2007. – Wadsworth Publishing Company. – 576 pages.
10. Официальный сайт издательского дома «Conde Nast» – 4 Times Square, New York, NY 10036. – © 2014 Condé Nast. – Web-администратор: Kirsten Berken. – Режим доступа: <http://www.condenast.com>
11. Magazine Publishing. – Copyright © 2011-14 Vernon Art and Science Inc. Режим доступа: http://www.superseventies.com/infobank/magazine_publishing.html

Институт международных отношений Пятигорского государственного лингвистического университета

Каранетова И. Н., преподаватель кафедры европейских языков

E-mail: avrora0503@mail.ru

Institute of International Relations of the Pyatigorsk State Linguistic University

Karapetova I. N., Lecturer of the European Languages Department

E-mail: avrora0503@mail.ru

СТЕРЕОТИПЫ МАССОВОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ КАК ЗНАЧИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ PR

Е. Ю. Красова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 14 февраля 2014 г.

Аннотация: в статье анализируются процессы стереотипизации политического сознания и их роль для PR. Анализируются результаты социологического исследования жителей г. Воронежа, посвященного стереотипам власти.

Ключевые слова: стереотипы, политическое сознание, коллективное бессознательное, технологии Public Relations.

Abstract: the processes of stereotyping of the political consciousness have been analyzed. The results of a sociological investigation of Voronezh citizens devoted to the stereotypes of the authority have been presented.

Key words: stereotypes, political consciousness, collective unconsciousness, Public Relations technologies.

В психологическое измерение политики и в основу управления политическим участием входит совокупность устоявшихся образов власти, управлении государством и политических отношениях, сформировавшихся в массовом сознании. Подобные стереотипные представления обладают эмоциональностью, упрощенностью и символичностью. Политические психологи констатируют: российское общество сильно изменилось за последнее время, что создает новую «оптику восприятия» [1, 166-167]. Проявляются застарелые социальные стереотипы и фобии, что стало серьезным основанием для исследований в области политического бессознательного [2]. На базе выявления актуальных тенденций можно проследить возможные негативные процессы в массовом сознании и нивелировать их с помощью технологий PR.

Внести терминологическую ясность в понимание стереотипа непросто. Стереотип, как образ сознания, нечувствителен к логическим противоречиям, непроницаем для объективного опыта и формируется по собственным законам [3, 106]. Стереотипы не осознаются людьми, это естественное, нормативное мировосприятие. Для понимания феномена стереотипизации политического сознания важно выделить следующие моменты. Во-первых, стереотипы отражают в схематическом виде социально-политические ценности. Ценности, как известно, составляют систему координат, позволяющую человеку найти точку опоры, классифицировать многочисленные впечатления об окружающем мире политики. Во-вторых, стереотипы помогают вырабатывать эффективное политическое поведение, так как служат мгновенной подсказкой. В-третьих,

стереотипы являются своеобразным средством социальной психотерапии в условиях дефицита информации о политических ролях, отношениях и ценностях. Обыватель не понимает глубинную сущность сложных политических ситуаций. Он не может проверить абстрактные понятия личным опытом. Сложившиеся в сознании штампы приходят на помощь.

Следует обратить особое внимание на тот факт, что стереотипы являются побочным продуктом нормального процесса мышления. Психика человека работает так, что стремится свести сложные взаимосвязи к более простым. Происходит процесс категоризации – организации политического мира путем группировки объектов. Так, люди воспринимаются как представители какой-либо профессиональной группы, национальности, политической партии, то есть в качестве элемента однородного множества [4]. Такого рода элементам приписывается сравнительно небольшое число свойств, а их индивидуальные особенности ускользают от внимания. Избиратель может воспринимать политиков сквозь призму стереотипных образов «коммунист», «сторонник партии власти» или «оппозиции». Во время избирательных кампаний этот механизм во многом определяет выбор граждан, что существенно для работы PR-специалистов.

В структуру стереотипа входят когнитивные, эмоциональные и мотивационные компоненты. Эмоции при этом играют доминирующую роль. Именно этот факт способствует взрывам сильной энергетики, агрессии в условиях политических конфликтов. Как писал У. Липпман, стереотип начинает действовать еще до того, как включается разум [5]. Это накладывает специфический отпечаток на данные, которые воспринимаются нашими органами чувств еще до того, как эти данные достигают рас-

судка. Ничто так не сопротивляется образованию или критике, как стереотип.

Как и многие другие исследователи стереотипов, У. Липпман выделяет в феномене такую его важную сторону как догматизм. Западная традиция связывает стереотип с предубежденным представлением, необоснованным предвзятым мнением [6]. Политические институты и публичные политики воспринимаются массовым сознанием опосредованно через СМИ, а также через слухи, сплетни и анекдоты. Возникают эффекты «удаленного восприятия». Соответственно, политические стереотипы *очень часто умозрительны, обедняют и ограничивают процесс восприятия политических реалий. В то же время определение истинности или ложности стереотипного представления должно строиться на анализе конкретной ситуации* [7, 146].

Главное отличие собственно политического стереотипа от любого сиюминутного впечатления или суждения о политике состоит в его связи с механизмами памяти [4, 79]. Стереотипы включают механизмы запоминания информации и последующего взаимодействия с новой информацией на основе уже имеющихся «готовых» знаний. Они выражают привычное, традиционное отношение к объекту действительности, коррелируют с «наивной картиной мира». Авторы монографии «Социальное бессознательное» пишут: «...Коллективное бессознательное в форме не вполне осознаваемых побудителей и механизмов деятельности первоначально все же осознается... и лишь по мере автоматизации перестает осознаваться индивидом или группой, закрепляясь в системе... модальных для носителей данной культуры стереотипов» [3, 107].

Психологической предпосылкой стереотипа служит архетип – наследуемая склонность отвечать окружающей среде (реакция на выступление политика, новостная передача по телевидению и проч.) определенным способом. Являясь формой без собственного содержания, архетип побуждает индивида повторять мифические идеи о злодее и герое, о вожде и мудреце. И. Л. Викентьевым были выявлены типовые пары «вечных стереотипов», в которых наглядно выявляются архетипические основы [8, 250]:

- «победил-проиграл» (жизнь-смерть, господство-подчинение, гений-посредственность, редкий-стандартный, молодость-старость, свобода-несвобода, желание-возможности и т. п.);
- «изменение-сохранение» (мужчина-женщина, свой-чужой, заповеди-грехи и т. п.).

Предполагаем, что оппозиции господство-подчинение, молодость-старость, свой-чужой в большей мере характерны для российской политической культуры.

Попытаемся применить изложенные теоретические идеи к интерпретации результатов эмпирического исследования (лето 2013). Его основу состави-

ла серия интервью (100 респондентов – жителей г. Воронежа, отобранных по признакам пола, возраста, образования и рода деятельности). Использовались также анализ вторичных социологических данных и проективные процедуры. Оптимальным стало сочетание качественных и количественных методов сбора первичной информации.

Исходной посылкой для авторских размышлений послужил вывод, сделанный на основе общероссийских исследований, о непрозрачном характере образа российской власти [9, 150].

Испытуемым в ходе интервью было предложено согласиться или выразить несогласие со стереотипными суждениями о политике и политических структурах. Суждения носили разную эмоциональную окраску – от положительной и нейтральной до отрицательной:

«Власть в стране избирается народом»

«За все политические неудачи ответственность несет центральная власть»

«Политика – грязное дело»

«Политические партии представляют интересы населения»

«От людей в политике ничего не зависит»

«Все депутаты – воры»

В результате выбора респондентов сложилась следующая картина (суждения распределены по удельному весу ответов (ранг). См., табл. 1.

Очевидно, что преобладают негативные стереотипы. Именно они вышли на первые два ранговых места, третье место заняло нейтральное суждение. Верность этих данных, полученных в результате применения качественного метода исследования, подтверждается результатами воронежских и общероссийских опросов. Подавляющее большинство жителей г. Воронежа (88 %) согласны с утверждением «политика – грязное дело» [10, 19]. С 2006 по 2011 гг. количество людей, разделяющее этот стереотип увеличилось на 13 %. Аналитики Института общественного мнения по г. Воронежу «Квалитас» констатируют, что распространенность подобного ярлыка закрывает дорогу во власть честным людям, активное политическое участие становится неприемлемым для большинства.

«Левада-центр» провел общероссийский опрос уже в апреле 2013 г. по представительной выборке 1600 россиян. Более половины граждан России считают, что «Единая Россия» – «партия жуликов и воров» [11]. По мнению 62 % опрошенных, руководители государства более всего заботятся о сохранении и укреплении собственной власти. Только 26 % заявили, что чиновникам и депутатам важно процветание страны. По сведениям социологов, 27 % респондентов охарактеризовали власть как «воровскую и мафиозную», 16 % – как «слабую и неуверенную в себе», 13 % – «авторитарную и репрессивную» [12]. Лишь 14 % опрошенных считают руководителей государства «демократическими и правовыми» лидерами.

Ряд исследований последних лет свидетельствуют о традиционном для российского массового политического сознания и поведения феномене дистанцирования от любой власти. Устойчивой социокультурной мифологемой стало неверие в правосудие [3, 132]. Власть не только далека от народа, но и играет роль тяжелого бремени, которое люди не могут сбросить, поскольку она является всеобъемлющей, а сами люди, как показывает значительное число тестов, не ощущают себя полноправными участниками политического процесса [13, 19]. Неясность, связанная с субъектами осуществления власти, усиливает ощущение её теневого характера, порождает отчуждение граждан от власти [13, 21].

Ярко выраженными шаблонами политического сознания являются пословицы. Они выступают альтернативой понятийному мышлению, завуалированным суждением, это «культурно обусловленный стереотип, отсеянный временем и отложившийся в исторической памяти народа, причем косвенно отражающий коллективное бессознательное» [3, 119; 14, 197]. Использование пословиц и поговорок в прикладных исследованиях стереотипов весьма эффективно. Воронежским респондентам было предложено выразить свое согласие или несогласие с пословицами, отражающими отношение к власти:

Кому кнут да вожжи, кому хомут на шею
Народ тело, царь – голова
Не с добра волости встают
Нельзя быть земле русской без государя
Каждая птица в своем гнезде хозяин
Отольются кошке мышкины слезки
Ваша воля – наша доля
Царь думает, народ ведаёт
Не знаешь чести, так палок двести

Указанные пословицы в ходе анализа были сгруппированы таким образом, чтобы отразить обобщенную систему политических стереотипов. В результате были получены три вида политических ориентаций, имеющих в основе стереотипизацию политического мышления. Они распределены по удельному весу ответов (ранг). См., табл. 2

Демонстрируются атрибуты репрессивного мышления, в основе которого стереотип «сильной руки». Вместе с тем на второе место вышел протестный эмоциональный настрой.

Стереотипные образы политических лидеров традиционно выявляются посредством техники ассоциативного эксперимента. Так, рассмотрение политических фигур под углом зрения семантики анималистского символа дает возможность понять, с какими ролями и действиями ассоциируются изучаемые политические персонажи. Животные в архетипичных представлениях людей имеют постоянные атрибуты, «места действия» и специфику поведения. С помощью данной методики можно понять нюансы восприятия политика электоратом, уязви-

мые точки образа и направление его развития. В 2011 г. аналитики «Левада-центра» выяснили, что тогдашнего премьера В. Путин респонденты ассоциируют со львом, президента Д. Медведева – с медведем, а лидера эсеров С. Миронова сопоставили с котом [15].

Мы также попросили респондентов ответить на вопрос, с каким животным у них ассоциируется конкретный политик. Анималистская символика в образах политиков представлена в табл. 3. Ассоциации распределены по удельному весу ответов (ранг).

Наиболее определенные стереотипные представления сложились в отношении трех политических фигур – Д. Медведева, Г. Зюганова и В. Путина. Среди образов В. Путина, согласно ощущениям воронежских респондентов, превалируют сильные и опасные звери. Г. Зюганов, видимо, кажется более «домашним», то есть близкими по социальной дистанции, по сравнению с другими публичными политиками. В случае с М. Прохоровым, предпринимателем и миллиардером, представления участников эксперимента оказались вполне однозначными. Декоративная экзотическая птица – павлин – ассоциируется с такими традиционными качествами личности, как самовлюбленность, тщеславие, с выражением «распускать хвост». Вообще птицы символизируют в массовом сознании идеализм, отрыв от реальности.

В обнаруженных образах С. Миронов выступает размытой фигурой: наблюдается сильный разброс ассоциаций респондентов. Чаще всего политик ассоциируется с мелкими грызунами. Данный мифологический персонаж является «жадным и осторожным хранителем собственной норы и имущества», действует исподтишка. Он символизирует враждебную категорию, но лишенную силы и мощи.

Образ В. Жириновского отличается пародийностью. Именно в случае стереотипов об этой колоритной с точки зрения представленности на политической авансцене фигуре четче всего обнаруживается архетипичная связь. Образ «трикстера» (плута, озорника, шутника) характерен для древнерусских представлений.

«Сегодня ни один политик не может рассчитывать на то, что он просто «очарует» своего избирателя красотой, молодостью, риторикой или эффективным поведением», – пишет директор Центра политического консалтинга «Николло М», доктор политических наук Е. В. Егорова-Гантман [1, 159]. Среди новых тенденций в образах власти упоминается психологическое вызревание в массовом сознании россиян разочарования, усталости и неприязни.

Можно подвести следующие итоги.

Позитивное восприятие власти является важным фактором функционирования политической системы. Эффективность усилий Public Relations зависит от адекватного понимания неосознаваемых

механизмов коллективного поведения. Креативность специалистов по общественным связям состоит в распознавании бытующих политических стереотипов и «конструировании» на их основе привлекательного образа власти. Именно в этом случае мы наблюдаем проведение сильных PR-акций. Для формирования подобных моделей необходим исходный материал – результаты исследования восприятия политической жизни общества.

Проведенное в Воронеже исследование выявило такой акцент массовой психологии, как фатализм и восприятие человека в качестве участника запрограммированных действий. Циничное отношение к власти стало доминирующим. Основу подобного отношения составляют политические стереотипы «политика – грязное дело», «все находящиеся у власти – воры». В то же самое время в стереотипных представлениях граждан отражаются протестные настроения и стремления к радикальному хозяйственному обустройству страны. Что касается образов ведущих российских политиков, то они отражают опасения, рутинность и ироничность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов : мат. круглого стола каф. социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова // Полис. – 2012. – № 4. – С. 160–174.
2. Образы российской власти : от Ельцина до Путина / [под ред. Е. Б. Шестопа]. – М. : РОССПЭН, 2009. – 416 с.; Красова Е. Ю. Мозаика социологических исследований (региональная вопросно-ответная коммуникация) / Е. Ю. Красова. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2009. – 198 с.; Психология политического восприятия в современной России / [под ред. Е. Б. Шестопа]. – М. : РОССПЭН, 2012. – 422 с.
3. Сикевич З. В. Социальное бессознательное / З. В. Сикевич, О. К. Крокинская, Ю. А. Посель. – СПб. : Питер, 2005. – 267 с.
4. Медведева С. М. Проблема политического стереотипа в зарубежной политической психологии / С. М. Медведева. – М. : Изд-во МГИМО (У), 2005. – С. 79–107.
5. Ослон А. Уолтер Липман о стереотипах : выписки из книги «Общественное мнение» / А. Ослон // Социальная реальность. – 2006. – № 4. – С. 125–141. Трудно согласиться с Н. И. Шестовым, который утверждает, что взгляд У. Липпмана был ограничен исследованием СМИ и возможностей их манипулирования политической активностью населения. См. : Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде / [под ред. проф. А. И. Демидова]. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – С. 67.
6. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер; пер. с англ. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – С. 470–471; Большой толковый социологический словарь (Collins) : Т. 2; пер. с англ. – М. : Вече, АСТ, 1999. – С. 296.
7. Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / ред.-сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского. – М. : ПЕР СЭ, 2005. – 175 с.
8. См. : Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты : 400 примеров, 200 учебных задач и 20 Практических приложений / И. Л. Викентьев. – М. : Триз-Шанс, 2004. – 378 с.
9. Российское общество и власть накануне выборов : круглый стол кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова // Полис. – 2012. – № 1. – С. 149–164.
10. Квалитас : Бюллетень института общественного мнения по г. Воронежу. – 2011. – № 4. – 23 с.
11. «Левада-центр» : Свыше половины россиян считают «Единую Россию» «партией жуликов и воров». – Режим доступа : www.rosbalt.ru/main/2013/04/29/1123735.html (дата обращения 29.04.2013).
12. Россияне считают, что власть действует в собственных интересах. – Режим доступа : <http://www.rosbalt.ru/main/2013/05/07/1126168.html> (07.05.2013).
13. Жестков М. И. Содержание образов власти в современной России : политико-психологический анализ : автореф. дис... канд. полит. наук / М. И. Жестков. – М., 2013. – 26 с.
14. Сикевич З. В. Социология и психология национальных отношений : учеб. пособие / З. В. Сикевич. – СПб. : Изд. Михайлова В. А., 1999. – 203 с.
15. Жермелева О. Социологи узнали, с какими животными ассоциируются у россиян политики / О. Жермелева. – Режим доступа : <http://rbcdaily.ru/politics/562949981867869> (дата обращения 26.10.2011).

Таблица 1

Стереотипные представления воронежцев о политике и политических структурах

Суждение	Ранг
Политика – грязное дело	1
Все депутаты – воры	2
За все политические неудачи ответственность несет центральная власть	3
Власть в стране избирается народом	4
От людей в политике ничего не зависит	5
Политические партии представляют интересы населения	6

Таблица 2

Господствующие политические стереотипы в массовом сознании воронежцев

Политический стереотип	Ранг	Пословицы
«Сильной руки»	1	Кому кнут да вожжи, кому хомут на шею
		Нельзя быть земле русской без государя
		Ваша воля – наша доля
«Справедливого протеста народа»	2	Не с добра волости встают
		Отольются кошке мышкины слезки
		Не знаешь чести, так палок двести
«Подчинения рачительному хозяину»	3	Народ тело, царь – голова
		Каждая птица в своем гнезде хозяин
		Царь думает, народ ведает

Таблица 3

*Наиболее частотные ассоциации с животными**

Ранг	Ассоциации с образами политиков					
	Жириновский	Зюганов	Медведев	Миронов	Прохоров	Путин
1	Обезьяна	Бык	Медведь	Мышь	Павлин	Лев
2	Попугай	Корова	Собака	Сурок		Тигр
3	Слон		-	Хомяк		

**В таблице упомянуты лишь типичные ассоциации*

Воронежский государственный университет
Красова Е. Ю., кандидат исторических наук, доцент
кафедры социологии и политологии
E-mail: soc@hist.vsu.ru

Voronezh State University
Krasova E. Yu., Candidate of Historical Sciences, Associate
Professor of the Sociology and Political Studies Department
E-mail: soc@hist.vsu.ru

КЕЙС-СТАДИ КАК МЕТОД ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СО»

Е. Б. Курганова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 25 мая 2014 г.

Аннотация: в данной статье рассматривается применение метода *case-study* в обучении студентов направления «Реклама и СО». Внедрение новых образовательных технологий в практику высшей школы в настоящее время является весьма значимым и обусловлено тенденцией формирования профессиональной компетентности будущего специалиста.

Ключевые слова: кейс-стади, кейс-метод, типология кейсов, обучение дисциплинам рекламы и PR.

Abstract: *this article describes the application of a case-study method in teaching advertising and PR. Nowadays the implementation of new educational technologies in higher school practice is very important due to the tendency of professional competence formation of the future specialists.*

Key words: *case study, case method, typology of cases, teaching advertising and PR.*

Кейс-стади (Case study) – метод обучения, в основе которого лежит анализ, решение и обсуждение ситуаций, как смоделированных, так и реальных. **Case study** не имеет точного перевода на русский язык. В основном используется английский термин или его русскоязычные аналоги: *кейс-стади, бизнес-кейсы, кейс-метод, обучение на практических примерах, метод конкретных ситуаций, ситуационное обучение, ситуационные задачи.*

Нет единой позиции исследователей и по поводу определений кейса. Его можно рассматривать как описание реальной ситуации, как фрагмент реальной жизни (в английской терминологии *true life*). Согласно более широкой трактовке, под кейсом подразумеваются события, реально произошедшие в той или иной сфере деятельности и описанные авторами с целью спровоцировать дискуссию в учебной аудитории, подтолкнуть студентов к обсуждению и анализу ситуации, принятию решения [5, 7].

Обратимся к истории кейс-стади. Основы этой методики лежат в глубокой древности. Одним из первых кейсологов можно считать Сократа, который пришел к выводу, что знание, полученное человеком в готовом виде, менее ценно для него и потому не так долговечно, как продукт собственного мышления. Задачу учителя он видел в том, чтобы помочь своим слушателям самостоятельно «родить» знания, которые в каком-то смысле уже содержатся в их головах, как ребенок во чреве матери [6]. Обучение на практических примерах как способ развития применялся и в Спарте. До нас дошли упоминания о том, что для воспитания лидерских качеств у мальчиков – будущих воинов Спарты использовали

описание конкретных битв и их анализ. Тысячелетия спустя использование метода, прародителем которого был Сократ, определяют как ментальный перелом в образовании и назовут методом кейс-стади.

Что касается применения метода на практике в современности, то впервые его использовали преподаватели Гарвардской бизнес-школы в 20-х годах XX века. Педагоги очень быстро поняли, что не существует учебников, подходящих для аспирантской программы в бизнесе. В качестве альтернативы было предложено организовать серию интервью с ведущими практиками бизнеса. На основе этих бесед были созданы подробные отчеты, отвечавшие на два ключевых вопроса: чем занимались топ-менеджеры? каковы факторы влияния на их деятельность? Слушателям предлагались описания определенной ситуации, с которой столкнулась реальная организация в своей деятельности, для того чтобы ознакомиться с проблемой, найти самостоятельно или в ходе группового обсуждения оптимальное решение.

В России метод кейс-стади начал внедряться в 70-е годы прошлого века в Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова. При этом значительный вклад в разработку метода внесли Ю. Д. Красовский, Д. А. Поспелов, О. А. Овсянников, В. С. Рапопорт и др.

Кейс-стади часто называют деловой игрой в миниатюре, так как этот метод сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность данной технологии состоит в том, что учебный материал подается в виде микропроблем, а знания приобретаются студентами в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений [1].

Среди достоинств метода исследователи отмечают:

- практическую направленность и вариативность обучения;

- возможность применения при дистанционном обучении;

- экономичность с точки зрения материальных и временных затрат;

- возможность адаптировать кейс к реальной организационной ситуации;

- возможность создания благоприятного социально-психологического климата, мотивирующего участников задействовать имеющийся опыт, проявить активность, задействовать креативные способности. Последнее особенно важно для обучающихся творческим профессиям, таким как журналист, специалист по рекламе и PR, маркетолог;

- возможность налаживания двусторонней связи между модератором (преподавателем) и участниками;

- возможность для обучающихся усилить свою уверенность в том, что они могут справиться в реальности с подобными задачами или, наоборот, выявить свои слабые стороны;

- возможность для участников совершать ошибки в ситуации, приближенной к реальности, а затем проводить их анализ.

А. М. Гуревич расширяет предложенный список, выделяя следующие сильные стороны применения данного метода: умение структурировать время, делегировать полномочия, уверенность и умение отстаивать свое мнение, слушать и быть услышанным, развитие навыков презентации, а также творческий и креативный подход [2].

Н. С. Скуратовская предлагает несколько типологий кейсов, имеющих разные основания [4]. По задачам кейсы можно классифицировать на кейс-предприятия и кейс-ситуацию.

В задании типа «кейс-предприятия» дается характеристика компании и ставится задача проанализировать ситуацию по определенным параметрам. Как правило, подобные кейсы не требуют принятия решения, поэтому они оптимальны для развития аналитических способностей обучающихся. В «кейс-ситуации» информация о предприятии, отрасли, персонах сопровождается описанием проблемной ситуации. От обучающихся требуется найти оптимальный путь выхода из нее. На занятиях для студентов направления «Реклама и СО» мы чаще имеем дело с «кейс-ситуациями», особенно актуализируется их использование в ходе изучения антикризисного PR.

По объему и структуре информации кейсы можно разделить на комплексные и «мини». Комплексные кейсы – достаточно объемны (от 15 страниц), содержат большое количество подробных сведений, первичных данных, мнений, образцов документов, зачастую даже в избыточном количестве. Обучаю-

щийся должен самостоятельно разобраться, какая информация ему необходима и каким образом ее анализировать. Использование подобных кейсов из-за их объемности представляется возможным лишь в ходе организации самостоятельной работы студентов или выполнения курсовой или дипломной работы. Мини-кейсы – это практические ситуации, в краткой форме (от одного абзаца или даже предложения до страницы текста) описывающие проблему. Объем информации достаточен для того, чтобы человек, обладающий необходимыми знаниями и навыками, мог принять обоснованное решение. Именно мини-кейсы и применяются преподавателем в ходе практических занятий, а также как одно из заданий на зачете или экзамене.

Кейсы также можно классифицировать по источнику исходной информации. Большинство кейсов разрабатывается на основе информации о реальных компаниях и событиях. Чаще всего в ходе занятий преподаватель использует именно кейсы из реальной практики, чтобы максимально приблизить студента к той ситуации, с которой он с определенной долей вероятности может столкнуться в профессиональной действительности. Допустимо использование «симуляций», предполагающих описание смоделированных искусственных ситуаций. Однако такой кейс, как правило, содержит мало конкретики и недостаточно правдоподобен.

При всем многообразии видов кейсов все они имеют типовую структуру. Как правило, стандартный образовательный кейс включает в себя: описание ситуации – случая, проблемы, истории из реальной жизни; контекст ситуации – хронологический, исторический, контекст места, особенности действия или участников ситуации; комментарий ситуации, представленный автором, вопросы или задания для работы с кейсом. Изредка кейс может содержать приложения.

Приведем примеры кейсов, которые разработаны автором для занятий по курсу «Основы интегрированных коммуникаций» для студентов направления «Реклама и СО».

Задача 1. Генерал-майор прусской армии Карл фон Клаузевиц в своей книге «1812 год» описывает, какие шаги предпринимались М. Кутузовым после знаменитого Бородинского сражения. Русский военачальник несмотря на «боевую ничью» в этом сражении заявил о безоговорочной победе наших войск. В частности, в церквях и соборах прошли торжественные молебны, именно такие сведения появились в русских газетах, что и способствовало закреплению успеха русской армии в сознании масс. Здесь уместно вспомнить слова одного из американских военных деятелей Дж. Шарикошвили, сказанных по поводу войны в зоне Персидского залива 1991 года: «Мы не побеждаем, пока CNN не сказало, что мы побеждаем».

Для справки: в мае 1812 г. Карл фон Клаузевиц перешёл на службу в русскую армию. Во время Отечественной войны 1812 года был квартирмейстером кавалерийского корпуса П. П. Палена, затем Ф. П. Уварова, с октября – П. Х. Витгенштейна.

В Бородинском сражении французы потеряли до 50 тыс. чел., русские – свыше 44 тыс. чел. Наполеон не смог разгромить русскую армию и добился лишь частичного тактического успеха. В стратегическом плане оно явилось для него серьёзной неудачей. Частично реализовал свой план и Кутузов – противнику был нанесён тяжёлый урон. Но большие потери русской армии в Бородинском сражении заставили его в ночь на 27 августа отдать приказ на отступление.

Война в зоне Персидского залива – стратегическая операция вооружённых сил 34 государств – членов ООН против армии Ирака, проведенная 17 января – 6 марта 1991 г. с целью ее разгрома и освобождения Кувейта.

Проанализируйте данный пример с точки зрения современной теории PR. *Какая спин-технология была с успехом заимствована из электоральной сферы М. Кутузовым?*

Задача 2. *Какое средство имиджологии в марте 2010 г. использовала PR-команда Саакашвили в целях поддержания имиджа президента после распространения вымышленной информации пропрезидентским каналом «Имеди» о нападении российской армии на территорию Грузии, убийстве первого лица страны?*

Для справки: в сообщении телеканала «Имеди» от 13.03.10 без всяких предупреждений и вступлений было сообщено, что «сегодня утром в Цхинвали был совершен теракт против главы Южной Осетии Эдуарда Кокойты, после чего российские войска вторглись в Грузию». Далее говорилось: «Правительство и президент Михаил Саакашвили были эвакуированы». Через несколько минут телекомпания сообщила о гибели Саакашвили и создании народного Правительства во главе с Нино Бурджанадзе.

Программа продолжалась полчаса, и после сообщений «об ужасных бомбардировках аэропортов и морских портов Грузии» телекомпания, наконец, сообщила, что это был «специальный репортаж о возможном развитии событий».

Комментарии президента Грузии: Михаил Саакашвили отверг обвинения в свой адрес о причастности к выходу этого сюжета, и заявил, что считает, хотя и неприятным, но полезным субботний инсценированный репортаж телекомпания «Имеди» о возможном «российском военном вторжении». «Несмотря на то, какие сценарии у них написаны, а вчерашний сценарий был, к сожалению, очень реалистичным, и в этом отношении, я считаю, что, несмотря на такую нервную реакцию, возможно, вчерашний репортаж станет препятствием для них в осуществлении своих планов», – сказал М. Саа-

кашвили в воскресенье на встрече с жителями Болнисского района. Он также подчеркнул, что не хочет новой войны и подверг критике высказывания представителей оппозиции, что якобы руководство Грузии желает войны с Россией. «Если бы мы говорили, что хотим войны, то нас можно было бы критиковать. Но когда мы этого не делаем, ведь мы не сумасшедшие, это, мягко говоря, не соответствует действительности. Больше всех цену миру знаем мы», – заявил глава Грузии. Он добавил, что пока лидеры оппозиции не стали ездить в Москву, грузинское руководство «вообще избегало говорить на российскую тему». «Я уверен в нашем будущем, но именно поэтому нам нужна особая осторожность, мобилизация, и сохранение нашей свободы. Я уверен в мудрости и смелости нашего общества. И в конечном счете – все будет хорошо, и тенденции в этом направлении есть», – заверил М. Саакашвили. Он также добавил, что мировое сообщество «постепенно узнает правду о войне в августе 2008 года, и сегодня нас слушают внимательно по поводу того, как Россия может напасть на Грузию» [3].

Для студентов, приезжающих обучаться на факультет журналистики по академическому обмену, разработаны задания на английском языке.

Case №1

Challenge

Provide integrated **PR support** for Lukoil brands (fuels and motor oils).

Solution

The project included the launch of a new brand on the Russian market: an environmentally safe diesel fuel, Lukoil Euro-4, along with **PR support** for Lukoil and Teboil motor oils. A detailed strategy was designed for communicating with automotive publications, auto equipment dealers, and car enthusiasts on popular automotive forums.

Results

The program resulted in the publication, during a seven-month period, of more than 200 non-advertising items on Lukoil's brands.

Think of your publicity for launching Lukoil's new brands.

Source: www.polylog.ru

Case №2 Define what PR-technology is applied in the following case.

In 1840 Austrian ballerina Fanny Elssler came to America for a three-month visit.

Elssler came to America on the Great Western, with a small entourage. Although the crossing was rough it was uneventful except for one incident. The captain gave a dinner in Elssler's honor, at which she wore all of her jewelry. Upon her return to her cabin, a stocky sailor crept in, armed with a knife and intent on stealing her jewels. Impulsively, she did a quick turn and kicked him so hard he died a few days later.

Less than two weeks after landing in New York she assembled the best dancers she could and made her debut. The Park Theatre was sold out for her entire stay. No matter what she danced or how well, the ovation was the same. Flowers blanketed the stage. A red carpet was stretched in front of the Park Theatre and it was not unusual for men to unharness her horses and pull her carriage from the theatre to her hotel after her performances.

Fanny danced at West Point, and when she left, the guards on duty would not let her pass until she danced for them. She made a successful second tour of America and Cuba.

Fanny Elssler danced for the President of the United States and his cabinet received her in an official audience. Congress adjourned every evening that she danced in Washington. At a formal banquet in the Capitol the Congressmen drank to her health from a dance slipper. The three month's visit lasted two years.

Elsslermania was partly caused by the incident on the Great Western. It's not Fanny's dancing that made Americans go wild but her lethal foot that was able to kill the sailor [8].

В заключении отметим, что метод кейс-стади предлагает широкие образовательные возможности. Многообразие результатов, достижимых при использовании метода, можно разделить на две группы: учебные результаты – результаты, связанные с освоением конкретных знаний и навыков, и образовательные результаты – результаты, созданные участниками в ходе взаимодействия. Учебные результаты связаны с освоением новой информации, методов сбора данных, методов анализа, умением работать с текстом, а также соотносением теоретических и практических знаний. При этом образовательные результаты выражаются в создании авторского продукта, повышении уровня профессиональной компетент-

ности, развитии общего интеллектуального и коммуникативного потенциала студентов и преподавателей, появлении опыта принятия решений, действий в новой ситуации и решения проблем. Приобретенные в итоге студентами знания и навыки будут востребованы в их реальной профессиональной деятельности, а также станут основой для выработки оптимальной модели поведения в условиях кризисной ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вагина Е. М. Использование метода кейс-стади как образовательной технологии / Е. М. Вагина // Вестник Северо-Западного отделения Российской академии образования. – 2013. – №1(13). – С. 16–18.
2. Гуревич А. М. Ролевые игры и кейсы в бизнес-тренингах / А. М. Гуревич. – СПб. : Речь, 2006. – 144 с.
3. Задачник по PR : учеб. пособие / А. Е. Богоявленский, Е. Б. Курганова, Д. Н. Нечаев и др. / [под ред. М. Е. Новичихиной]. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2011. – 118 с.
4. Скуратовская Н. С. Кейс-метод в оценке персонала / Н. С. Скуратовская // Справочник кадровика. – 2007. – № 5. – С. 98–104.
5. Смолянинова О. Г. Инновационные технологии обучения студентов на основе метода Case Study / О. Г. Смолянинова // Инновации в российском образовании. – СПб.; М. : ВПО, 2000.
6. Покушалова Л. В. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения студентов / Л. В. Покушалова // Молодой ученый. – 2011. – № 5. – Т. 2. – С. 155–157.
7. Чикер В. А. Методология и методы социально-психологических исследований / В. А. Чикер. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2010. – 134 с.
8. Kurganova E. PR : Principles and Practice (syllabus, case study, glossary) : manual. – Voronezh : The Department of Journalism, 2014. – 40 p.

*Воронежский государственный университет
Курганова Е. Б., доцент кафедры связей с общественностью
E-mail: kurganova1979@mail.ru*

*Voronezh State University
Kurganova E. B., Associate Professor of the Public Relations
Department
E-mail: kurganova1979@mail.ru*

ЭФФЕКТИВНАЯ ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЦВЕТА В ГАЗЕТНОЙ РЕКЛАМЕ. ТЕНДЕНЦИИ ОФОРМЛЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

Л. М. Матвеечева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 17 марта 2014 г.

Аннотация: в настоящей статье мы отразили основные тенденции использования цвета в рекламе на основе анализа четырех газет и рекламных сообщений, размещенных в них. Нашли распространенные ошибки в дизайне газетных рекламных сообщений и определили способы их устранения. Выделили наиболее популярные цвета и сочетания, отметили удачные и неудачные варианты применения нетрадиционных цветов и негармоничных, с точки зрения различных исследователей, сочетаний. Основываясь на результатах данного исследования, мы можем дать рекомендации, которые помогут сделать практику применения цвета в газетной рекламе наиболее эффективной.

Ключевые слова: цвет в газете, цвет в рекламе, фирменные цвета, цветовые решения в рекламе.

Abstract: the article reveals the main tendencies of colour usage in advertizing by means of analyzing four newspapers and the advertizing messages placed in them. We have found common mistakes in newspaper advertizing messages design and discovered the ways to eliminate them. We singled out the most popular colours and colour combinations, we noted successful and unsuccessful examples of nonconventional colors usage and inharmonious combinations from the point of view of various researchers. With the results of this research we can make recommendations which will help to make colour usage in newspaper advertizing more effective.

Key words: colour in newspapers, colour in advertizing, corporate colours, colour treatment in advertising.

В настоящем исследовании, базирующемся на авторской методике анализа пресс-рекламы по параметрам сравнения, применен комплексный подход. Такой подход, опирающийся на общенаучные принципы объективности и системности, позволяет рассмотреть корпус печатных рекламных объявлений как целостную систему. Достоверность и оригинальность результатов данного исследования подтверждена репрезентативностью и объемом исследуемого материала (рекламные печатные сообщения всех видов). Мы проанализировали четыре газеты: универсальные периодические издания федерального («Аргументы и факты») и регионального («МОЁ!») значения, а также общественно-политические издания федерального («Новые известия») и регионального («Воронежский курьер») уровня – являющиеся, на наш взгляд, характерными образцами современной прессы. Мы выбирали рекламные сообщения, опубликованные в 2012-2013 гг. в этих газетах, которые могут служить показательными источниками эмпирической базы. Всего было взято 113 объявлений.

Ключевой фирменный цвет издания, как правило, выбирается из основных цветов. В нашем случае это: «АиФ» и «МОЁ!» – красный, «ВК» – синий, «НИ» – красный и синий. Это связано с тем, что эти цвета

легче воспринимаются и запоминаются. Однако в оформлении изданий часто присутствуют и другие цвета, в том числе непопулярные, например, для выделения колонтитулов, букв и рубрик. Так в «МОЁ!» указанные элементы выделяются сиреневым цветом. А в «ВК» используются бежевые подложки. Если общий дизайн периодического издания довольно лаконичен, как в «НИ», и рекламы в нем мало, при разработке дизайна рекламы можно не делать упор на символический аспект и психологическую нагрузку цвета: объявление в любом случае будет выделяться среди редакционных материалов (реклама мероприятий, проводимых в «Мультимедиа арт музее», «НИ», рубрика «Таланты & Поклонники»). Однако такой подход к оформлению рекламы в других периодических изданиях был бы неэффективным. В любом случае именно цветные полосы изданий обладают самым мощным потенциалом для размещения рекламы. Рассмотрим тенденции в цветовом оформлении газетной рекламы.

Большая часть рекламных сообщений в проанализированных изданиях – модульные, однако встречается и реклама усложненных форм. Наиболее распространенная форма подачи для рекламы усложненных форм: сочетание текста, изображения упаковки товара, фото довольного(-ых) покупателя (-ей) в нейтральных оттенках (для услуг – как правило, изображение специалистов во время работы)

и один два дополнительных цвета для выделения, например, заголовка, контактной информации или декоративных элементов. В этом случае, если не преследуется цель максимально замаскировать сообщение под редакционный материал, мы рекомендуем выбирать спектральные или нетрадиционные цвета и сочетания. Негармоничные сочетания в рекламе усложненных форм смотрятся наиболее уместно, если площадь цветowych пятен невелика. Например, одним цветом выделен заголовок и декоративные элементы, а другим – упаковка и контактная информация (фиолетовый с зеленым, витамины для женщин 45+ «Компливит», «АиФ» №13, 27 марта-2 апреля 2013 г.).

Самый популярный цвет в рекламных объявлениях – синий, который встречается примерно в каждом третьем объявлении. Это неудивительно: по большей части синий цвет воздействует благоприятно, вызывает положительные эмоции и не раздражает. Однако одно из свойств синего, а именно, то, что он считается «умным» цветом, часто крайне неумело используется дизайнерами. Так в большинстве рекламных объявлений образовательных услуг используется синий цвет или его оттенки как основной или один из основных. Избыток синего вреден по трем основным причинам. Во-первых, все объявления выглядят практически одинаково. Во-вторых, преобладание синего делает объявление излишне консервативным. В-третьих, из-за особенностей полиграфии синий, а особенно средне-синий и голубой – не лучший выбор в качестве фона для текста, особенно если он печатается мелким шрифтом или буквы и цифры дополнительно выделяются другим цветом. Наиболее удачным, на наш взгляд, можно считать сочетание синего с другим активным цветом, которым можно расставить акценты в объявлении, например, оранжевым.

Красный цвет также очень популярен и подходит для продвижения большинства товаров. Причем в разных рекламных сообщениях делается акцент на разные свойства красного цвета: эмоциональность, сексуальность, лидерство и т.д. Остановимся на одной из особенностей этого цвета: красный – любимый цвет на Руси: «красный» и «красивый» означало одно и то же. Этот эффект можно обыграть, если есть необходимость подчеркнуть принадлежность товара к России или вызвать ассоциацию с Русью (реклама услуг помощи в похудении «Славянская клиника» выполнена преимущественно с использованием красного цвета, «МОЁ!», 5-11 февраля 2013 г.). Принадлежность к России можно также подчеркнуть, применяя в рекламе цвета российского триколора (белый, синий и красный). Однако это сочетание смотрится удачно, если ассоциация несколько завуалирована. Явный акцент на «русскости», сделанный цветами триколора, едва ли даст положительный результат, поскольку мно-

гие жители России все-таки отдают предпочтение импортным товарам, считая, что они лучшего качества, чем российские.¹

Отдельно остановимся на применении непопулярных цветов, к которым относятся в том числе дополнительные цвета по М.Люшеру. И рассмотрим ассоциации с этими цветами и их символические значения, не описанные ранее в литературе, а возникшие и получившие распространение в рекламной практике. Фиолетовый ассоциируется с женским началом и активно применяется в рекламе товаров или услуг для женщин (начиная косметикой и заканчивая курсами). Популярен фиолетовый в развлекательной сфере, для продвижения чего-то веселого, активного, современного (развлекательные каналы, выставки и т.д.). Однако, что довольно необычно, фиолетовый в качестве фирменного цвета иногда выбирают и серьезные организации (банки, телекоммуникационные компании и т.д.) Коричневый цвет, вопреки расхожему убеждению, может использоваться для выражения позитивных эмоций, особенно, если идея сообщения дополнительно подчеркнута слоганом или, например, соответствующим изображением («Росгосстрах», «АиФ» № 37, 11-17 сентября 2012 г.). Серый в зависимости от композиции и оттенка может смягчать или наоборот усиливать активность таких цветов как красный, оранжевый, желтый или консервативность синего. Как правило, чем светлее оттенок серого, тем мягче выглядит реклама (так во многих номерах «НИ» серый применяется вместе с фирменными цветами для саморекламы и продвижения журналов ИД «Новые известия»).

Из нетрадиционных цветов отметим, например, розовый, который может успешно применяться в рекламе серьезных организаций для подчеркивания нестандартности и уникальности. В сочетании с черным розовый по большей части утрачивает свои женственные характеристики, что делает рекламу более выразительной (продвижение телеканала «Дождь»). «Золотой», точнее правильно подобранный оттенок желтого, который выглядит золотым, создает ощущение величия и роскоши, и в сочетании с бордовым или черным подходит для продвижения товаров высоких ценовых категорий, а также различного рода VIP-мероприятий. Если есть необходимость или желание использовать так называемый неопределенный цвет, то есть тот, которому сложно подобрать название, лучше дополнить впечатление визуальным образом (например, оттенок синего черничный – изображение ягод черники). В этом случае решаются сразу две задачи: объявление вы-

¹ Кузнецов И. Российские товары не обязательно отличные, но импортные часто еще хуже. – «Экономика и жизнь» № 44, 07.11.2013. – URL: <http://www.eg-online.ru/article/229892/> (дата обращения 17.03.2014).

годно выделено на полосе или среди других рекламных сообщений, поскольку этого цвета больше ни у кого нет, к тому же визуальный образ работает на идею, и у читателя не создается ощущения, что он чего-то недопонял.

Говоря о цветовых сочетаниях, нельзя не упомянуть тот факт, что одно и то же сочетание может иметь весьма различные значения в зависимости от контекста. Так нерекомендуемое сочетание красного с желтым выглядит резко и вызывающе, что рассчитано на мгновенную реакцию потребителя. Создается впечатление, что предложение в рекламе человеку крайне необходимо и выгодно, и у него как бы нет времени на раздумья. Подобный способ подачи следует применять для воздействия на людей неуравновешенных или находящихся на грани отчаяния: в рекламе юридических услуг, средств для лечения алкоголизма, для похудения и т.д. В других случаях красный с желтым символизируют скидки и акции, подходят для создания акцента на мощности и скорости. Однако такой вариант дизайна может быть провальным: желтый означает что-то дешевое и, скорее всего, не очень хорошего качества, а красный – сигнал «обратите внимание», и вместе они характеризуют товар как «ширпотреб». Отдельно скажем о весьма популярном сочетании «красный-голубой-желтый». При любой композиции такое сочетание не ассоциируется с надежностью и презентабельностью и удачно подходит разве что для продвижения мелких бытовых товаров.

В последнее время сложились определенные наборы цветов, которые, как считается, подходят для определенных групп товаров. Если рекламодатель не решается рискнуть и сломать стереотип, применив цвета, не рекомендуемые для данного товара, в качестве альтернативы можно добавить к традиционному набору яркий запоминающийся акцент. Например, синему, зеленому и белому в рекламе молока добавить оранжевый или пурпурный. Даже если дополнительный цвет в целом в теории не будет сочетаться с остальными, обилие «воздуха» и незначительная площадь цветового пятна сделают композицию гармоничной.

Среди анализируемых рекламных сообщений мы обнаружили некоторое количество примеров, когда цвет или цветовое сочетание существует как бы само по себе и не связано с рекламируемым товаром. Так сочетание красного с синим является очень распространенным и практически всегда используется удачно, однако не подходит, например, для рекламы средства для улучшения зрения (красный цвет никак не ассоциируется со здоровыми глазами). Необычное сочетание серого с розовым привлекает внимание нежностью и мягкостью, однако едва ли подходит для рекламы препарата для лечения печени, скорее, такой дизайн будет удачным для рекламы

домашнего текстиля. В то же время избыток цветов в одном объявлении делает его просто пестрым пятном, символические и психологические характеристики отдельных цветов смешиваются и влияние цвета сводится на нет. Кроме того, несмотря на популярность дополнительных цветов, мы не рекомендуем использовать их вместе в одном объявлении. Например, фиолетовый и серый, фиолетовый и коричневый, коричневый и серый. В то время как сочетания непопулярных цветов (или непопулярных с дополнительными) могут выглядеть очень удачно: изумрудно-зеленый и ярко-розовый, сиреневый с салатным, розовый с оранжевым, песочный с коричневым и красным, бирюзовый с серым, фиолетовый с красным и т.д.

Нами была обнаружена тенденция использования случайных цветовых решений в рекламе небольших фирм. Особенно это касается региональной прессы. Отсутствие фирменного цвета как важнейшего элемента фирменного стиля приводит к нелепым решениям в дизайне. Во-первых, объявление оформленное по-разному из номера в номер плохо запоминается, особенно среди постоянных читателей конкретной газеты. Во-вторых, в региональной рекламе вместо многоцветия иногда используется один дополнительный цвет, который одновременно может применяться и как фон, и как цвет шрифта, и для выделения декоративных элементов. И чаще всего этот самый дополнительный цвет символически, психологически и эстетически совершенно не соответствует рекламируемому товару (например, реклама ярмарки-продажи классической одежды, в том числе мужской, выполнена в розовых тонах). В-третьих, отсутствие фирменных цветов приводит к пренебрежению цветовыми сочетаниями. Негармоничные, диссонансные сочетания – обычная практика в региональной рекламе. В большинстве случаев такие объявления смотрятся дешево и не солидно, а впечатление, соответственно, переносится и на сам товар. Распространенной ошибкой, встречающейся среди рекламных объявлений региональной прессы, является использование цветов, расположенных слишком близко друг к другу на цветовом круге. Такие цвета слабо различимы и имеют низкий цветовой контраст. Другими словами, шрифт и фон одного цвета, но разных оттенков не читаемы, особенно учитывая невысокое качество полиграфии. Плохо различим также текст в объявлениях, где использованы цвета с низким цветовым контрастом: например, синий шрифт на зеленом фоне, белый на голубом и т.д.

Тем не менее, самой распространенной ошибкой в самой распространенной ошибкой в оформлении рекламных объявлений, размещенных в газетах, стало отсутствие должного внимания к полиграфическим возможностям издания. Особенно в случаях применения выворотки, когда на темном фоне

светлым шрифтом обозначается контактная информация. И даже при удачном оформлении самого объявления плохая полиграфия может сделать недоступной для потребителей самую важную информацию. Плохо читается мелкий шрифт. А если есть необходимость разместить логотипы партнеров или спонсоров, не следует делать их слишком маленькими – они будут смазанными и плохо различимыми. Также дизайнеры часто не учитывают, что светлые оттенки некоторых цветов (особенно желтого) на газетной бумаге смотрятся грязно, что снижает коммуникативную эффективность объявления. Если есть необходимость применения светлого цветного фона, это должны быть такие цвета, которые в случае погрешности в полиграфических процессах не испортят все объявление. Например, такой оттенок оранжевого как «персиковый» при печати может стать бежевым или розоватым. Все эти оттенки довольно нейтральны и не должны нарушить общей концепции. Конечно, предвидеть все изменения невозможно, однако яркие, насыщенные цвета, скорее, пострадают в меньшей степени, чем светлые оттенки (оборудование для свиноводческих и птицеводческих ферм «Неофорс», «ВК» от 28 июня 2012 г., № 70: фирменный цвет на сайте – темно-зеленый, в газете – серо-зеленый, но в целом реклама получилась гармоничной и не отталкивающей). Двух цветов может быть вполне достаточно для выделения основного посыла, ключевых слов и контактной информации. Не следует использовать сложные шрифты, напри-

мер, с тенью или контуром. Кроме того, в случае низкого качества полиграфии издания есть смысл размещать черно-белую рекламу на цветных полосах. В этом случае объявление выделится среди других как раз отсутствием цвета, а качество бумаги и краски не испортит впечатление. Также удачным будет объявление, заключенное в рамку, в котором один яркий дополнительный цвет и много «воздуха». Эффективно также делать цветным только изображение, а текстовую часть оставить черно-белой. Или же к цветному изображению добавить несколько слов, выделенных цветом. Или выделить цветом лишь декоративные элементы, которые даже в случае плохой цветопередачи и смазывания не повлияют на качество самого текста. В целом плохая полиграфия – повод для минимализма. Правда, случается так, что неудачным дизайн становится по вине технологических особенностей. Так в рекламе фотографических курсов («ВК» от 28 января 2012 г., № 9) слова, выделенные дополнительным красным цветом, сдвинулись и пересеклись с основным шрифтом, а изображение получилось растянутым.

Важность грамотного применения цвета в рекламе трудно переоценить, ведь даже одного небольшого акцента может быть достаточно, чтобы сделать объявление заметным и запоминающимся. В то время как избыток даже одного цвета в объявлении может отвлечь от рекламной идеи и заставить потенциального покупателя перевернуть страницу.

*Воронежский государственный университет
Матвеечева Л. М., аспирант кафедры рекламы и дизайна
E-mail: matveecheva-lyu@yandex.ru*

*Voronezh State University
Matveecheva L. M., Post-graduate Student of the Advertising
and Design Department
E-mail: matveecheva-lyu@yandex.ru*

МЕДИАПРОСТРАНСТВО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ: СТРУКТУРА, ОРГАНИЗАЦИЯ, НАПОЛНЕНИЕ

В. А. Мельников

Московский государственный университет в г. Севастополе

А. С. Горбачева

Интернет-портал «Маринист» (г. Севастополь)

Поступила в редакцию 26 мая 2014 г.

Аннотация: в статье дается обстоятельная характеристика средств массовой информации и коммуникации, действующих на территории России и Украины. При этом отмечается роль, место и значение российских средства массовой информации и коммуникации (СМИК), распространяемых в Украине, делается вывод о перспективах развития СМИК Черноморского флота РФ.

Ключевые слова: медиaproстранство, средства массовой информации и коммуникации (СМИК), информационная ниша, регион.

Abstract: the article gives a detailed description of the media and communications, acting on the territory of Russia and Ukraine. It is noted the role and importance of the Russian media and communication (SMIC), which is distributed in Ukraine, the conclusion is made about the prospects of development of the SMIC, the black sea fleet.

Key words: media, media and communication (SMIC), information NIS region.

В современном мире средства массовой информации и коммуникации (СМИК) являются активным фактором формирования социального пространства. Они служат не только средством передачи информации, но и механизмом формирования особой реальности, которая создает картину мира. Этот феномен, который возникает в результате взаимодействия СМИК и аудитории, как раз и можно определить как «медиапространство».

Медиапространство (англ. media space) понимается, в частности, как «особая реальность, являющаяся частью социального пространства и организующая социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации». Медиапространство может быть описано как поле: структурированное социальное пространство со своими правилами и схемами власти. Медиаагенты – это творцы, владельцы медиа, журналисты, аудитория. Осмысление медиапространства в поле социологии представлено преимущественно в работах Е. Н. Юдиной [17, 18].

Несомненно, изучение влияния масс-медиа на социальное пространство особенно важно на современном этапе развития общества в связи с тем, что медиапространство организует социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации.

Систематизирующим компонентом современного медиапространства являются СМИК, обладающие

такими характеристиками, как дискретность, неравномерность, способность программировать составные части медиапространства и влиять на все остальное социальное пространство.

Масс-медиа, транслируя тексты, создают и воссоздают социальное пространство в микро-макро и объективно-субъективных континуумах непрерывных, сплошных средах. Медиапространство – это не просто отражение реальности, это социально конструируемое понимание мира.

На микросубъективном уровне медиапространство превращается в гипертекст, воссоздающий социальное пространство в этом измерении. При этом индивиды имеют очень ограниченный доступ к иной реальности, кроме той, которую конструируют масс-медиа. В этом смысле гипертекст сообщений масс-медиа представляется мировоззренческой конструкцией между индивидом и реальностью. При этом осуществляется актуализация лишь тех аспектов реальности, которые производитель информации признает в качестве значимых.

Следовательно, медиапространство в символическом выражении на микросубъективном уровне – это определенная репрезентация социального пространства, формируемая в интересах, прежде всего властных элит, государственного руководства, военно-политических, оборонно-промышленных группировок и др., в частности, России и Украины – государств Причерноморья.

Архитектоника медиапространства России и Украины в Причерноморье в настоящее время об-

рела довольно сложную композицию, отвечающую запросам современных потребителей информации. Поскольку медиапространство является социальной системой, то все его структурные элементы: электронные СМИ – ТВ, радиопространство, пространство печати, Интернет и т. п. подчиняются общим закономерностям развития целого. Элементы пространства различаются по степени влияния и массовости, но все они взаимосвязаны. Изменения в одном элементе системы, как следствие, оказывают влияние на все остальное.

Опираясь на вышеизложенное, необходимо отметить: развитие медиапространства Украины, интенсивно происходившее в течение двух последних десятилетий, можно охарактеризовать, как противоречивое. С одной стороны, формирование национальной правовой базы, стречнем которой является принцип свободы печати, открыло возможность для развития информационного поля и СМИК. С другой, стремление части политической элиты ограничить степень этой свободы, а также коммерциализация процесса сбора, производства и распространения информации, массированного прихода в масс-медиа бизнеса отразились не только на количестве зарегистрированных СМИ и их тиражах.

Украинская пресса в значительной мере политизирована, зависима от учредителя, издателя, «кармана» нынешних «хозяев жизни». Статистические данные, характеризующие, к примеру, картину в нише газетной и журнальной периодики, не отражают истинного положения дел. Так, в Советском Союзе в конце 80-х годов было около 11 тысяч газет и журналов. В Украине же их сегодня зарегистрировано около 40 тысяч, однако издается порядка 4200 газет и журналов, т. е. только каждое 9-10-е издание [14].

Следует также отметить: ареал распространения печатных СМИ, даже зарегистрированных в Киеве (ранее относились к статусу республиканских изданий), зачастую ограничивается регионом (городом), в котором газета или журнал издается (печатается). Причина – непомерно дорогие услуги связи. Поэтому кредитоспособные, материально и технически благополучные издания уходят в Интернет. Так, согласно данным каталога Печатные СМИ в интернете (СМИ.com.ua), полные электронные версии, а также пополнение online имеют 97 журналов и газет, издаваемых в Киеве [15]. Многие издания выкладывают в Сеть свои электронные версии частично, в том или ином варианте.

Что же касается электронных СМИ, отметим: количество общенациональных электронных СМИ, доступных в областях украинского Причерноморья, составляет более тридцати, из них 8 общенациональных ТВ-каналов [15].

Популярными поставщиками новостей, конечно же, являются общеукраинские информационные

(сетевые) агентства – всего 10, которые являются основными каналами распространения общественно-политической и социально-экономической информации, в том числе о Черноморском флоте России, проблемах связанных с флотом. Прежде всего, это Интерфакс-Украина, Уніан, Укрінформ. Их существенно дополняют (в свою очередь пользующиеся продуктом информагентств) сетевые СМИ, количество которых превышает четыре десятка. Среди них ForUm, Gazeta.ua, Українська правда и др. [15].

Характеризуя информационное поле Украины, также следует отметить: до середины 90-х годов прошлого века силы Черноморского флота в основном дислоцировались на территории Крыма, а также в Одесской (Одесса, Измаил, Лиманское, о. Змеиный и др.), Николаевской (Николаев, Очаков и др.), Херсонской (Херсон и др.), Запорожской и Донецкой областях. Большое количество флотских частей располагалось в Киеве, отдельные объекты дислоцировались в других областях Украины.

В период с 1991 по 1997 год, в течение которого шел непростой процесс раздела Черноморского флота бывшего СССР между Россией и Украиной, наполнение статуса Черноморского флота Российской Федерации новым конкретным содержанием, система базирования ЧФ существенно сократилась (многие объекты переданы украинской стороне, часть из них была впоследствии демилитаризована и передана под управление местных органов власти) [1]. Тем не менее в этих регионах осталось довольно большое количество ветеранов флота, пенсионеров, связанных с флотом. Многие из них сохранили как связи с черноморцами, так и интерес к тому, что происходит на Черноморском флоте.

Необходимо также отметить: значительная часть призывного контингента в советский период состояла из молодежи, проживавшей на Украине, прежде всего в Николаевской, Одесской, Херсонской, Запорожской, Донецкой и Киевской областях. В этих регионах находились школы ДОСААФ, обучавшие специалистов для ВМФ, а также учебные заведения разных уровней, готовившие специалистов для морского и речного флотов. Значительная их часть в дальнейшем проходила срочную (или в другом режиме) службу на ЧФ.

Таким образом, потенциально определенная часть жителей приморских областей Украины, особенно крупных и портовых городов, проявляет интерес к флотской проблематике. Соответственно это находит отражение в структуре контента региональных и местных СМИК. Особенно с учетом того, что военнослужащие ВМС Украины, проходящие сегодня службу на объектах и в местах базирования ЧФ бывшего СССР, также являются потребителями информации о прошлом, настоящем и будущем Черноморского флота. Этому способствует и то, что, к сожалению, в информационном поле этих регионов отсут-

ствуют специализированные издания, освещающие в целом морскую, а также конкретно военно-морскую тематику. На практике местные СММК, как правило, используют вторичный информационный продукт, перепечатавая и давая в эфир материалы информационных агентств, других изданий, а также СММК Черноморского флота.

В целом информационное поле Юга и Юго-востока Украины весьма насыщено. Так, например, в Одессе реально выходит свыше 60 печатных средств массовой информации, из которых 11 – общественно-политические газеты. Среди них, к примеру, популярный еженедельник «Час пик», издаваемый в Одессе и распространяемый во многих областях Украины (объем – 16 полос). В Одессе работает более 20 радиостанций, 19 телеканалов (ТРК «Одесса», «Новая Одесса», ТРК «ГЛАС» и др.), а также множество кабельных операторов (контент трансляции весьма разнообразен). [11,12] В городах и районах области существует развитая система СММК. В Измаиле, где базировалась бригада речных кораблей ЧФ и др. воинские части, существует довольно разветвленная сеть СМИ при населении города всего 74 тыс. человек [9]. Так, здесь постоянно издаются 8 газет («Дунаец», «Измаильские Бессарабские местные ведомости», «Славянский союз» и др.) [13].

В Одессе во времена СССР существовало крупное военно-морское объединение – военно-морская база, затем переформированная в ряд самостоятельных частей. Сейчас здесь дислоцируются штаб и воинские части Западного военно-морского района ВМС Украины. Таким образом, военно-морская компонента в городе сохранена. Сохранилась она также и в центре гражданского судостроения, военного кораблестроения и ремонта – городе Николаеве, в котором проживает около 500 тыс. жителей [9]. В газетах «Вечерний Николаев», «Николаевские новости», «Южная правда» регулярно освещаются проблемы, связанные с военно-морской деятельностью на Черном море. 24 печатных издания города имеют интернет-версии разного объема контента. В Николаеве постоянно издается 5 журналов, действует 9 телекомпаний [3].

В Херсоне, который в 1778 г. изначально был основан для Черноморского флота как административный и кораблестроительный центр (сегодня население – 425 тыс. чел.) [9], в настоящее время регулярно выходит в свет 11 газет («Херсонский вестник», «Акценты», «Таврический край» и др.), 2 журнала. В городе функционирует 6 телекомпаний, включая Херсонскую областную государственную телерадиокомпанию (ХОГТРК) ТРК «Скифия» [3].

В Запорожье, население которого превышает 770 тыс. человек [9] вещают 7 местных телеканалов. Вместе с местными (в городах и районах) их в области всего 19. Здесь же находятся корреспондент-

ские пункты ведущих украинских телеканалов «1+1» и «Интер». В эфире Запорожья можно услышать более десятка FM-радиостанций, среди которых собственно запорожских – 3 (в т.ч. «Запоріжжя»). Как известно, Запорожская область не имеет выхода к Черному морю, однако ее побережье омывает море Азовское. Одним из крупных портов (из 19 морских портов Украины) является Бердянск. Здесь действует коммунальная телекомпания «ТВ-Бердянск». В других городах и районах также работают телекомпании подобного рода (к примеру «Мелитополь-ТВ»). По оценке, реально в городе с разной периодичностью издается около 180 газет (зарегистрировано более 600), общий разовый тираж которых составляет около 1,5 млн экз. Из них около 30 изданий общественно-политического характера.

В Донецкой области государственные печатные СМИ удерживают ведущие позиции в формировании информационного пространства региона. Наиболее высокий тираж у газет «Донбасс», «Акцент», «Вечерний Донецк», «Жизнь», основная часть публикаций которых имеет общественно-политический характер. В областном центре постоянно издается 8 популярных общественно-политических газет. В информационном пространстве области значительное место занимают электронные СМИ. Область является одним из лидеров в украинском государстве по изготовлению и распространению теле- и радиопрограмм. Наиболее значительными из них являются Донецкая областная государственная телерадиокомпания «К-61», Донецкая государственная телерадиокомпания «Украина», ТРК «СКЭТ» (г. Краматорск), «Сигма» (г. Мариуполь). Непосредственно в Донецке работает три городских телеканала («Донбасс», «Первый муниципальный», «27-й канал»). Здесь же действует 22 радиостанции [4].

Одним из крупных городов Донецкой области, крупнейшим портом на Азовском море является Мариуполь (население – почти 500 тыс. человек). Город имеет немало традиций, связанных с деятельностью СМИ. В частности, регулярное ТВ-вещание здесь началось еще в 1958 году. Показательный факт: уже в 70-е годы мариупольцы (ждановцы) могли смотреть 3 программы советского ТВ. Первые эфиры мариупольского «ТВ Приазовья» появились в 1992 г. на канале УТ-2. Первая же полноценная мариупольская телекомпания «Сигма» начала вещание весной 1992 года. На данный момент мариупольский телеэфир наполняют 3 местных эфирных телекомпаний, а также 12 столичных (киевских) национальных телеканалов. В Мариуполе существуют около десятка компаний, занимающихся предоставлением услуг кабельного ТВ. Начало радиовещания в Мариуполе приходится на 60-е годы в СВ-диапазоне. УКВ-вещание началось в 80-е годы. Вещание велось из Москвы и Киева. Первая мариупольская FM-радиостанция начала

вещание 10 сентября 1996 г. На сегодня радиоэфир Мариуполя представлен 16-ю радиостанциями. Примечательно: в городе возможен прием передач FM-радиостанций из приморских российских городов, в том числе Ейска (Краснодарский край). Первые печатные издания появились в Мариуполе в конце XIX века. Сейчас в городе регулярно издаются более 20 местных газет и журналов [5].

Характеризуя российский сегмент медиaprостранства Причерноморья, следует прежде всего отметить несколько принципиальных моментов:

Первый. Этот сегмент является «родным» для информационного продукта СММК Черноморского флота, которые имеют «режим благоприятствования» в связи с тем, что на территории Краснодарского края и Ростовской области дислоцируется часть сил ЧФ. В Ростове-на-Дону находится штаб Южного военного округа (ЮВО), в составе которого есть Военно-морское управление. В состав ЮВО входит собственно Черноморский флот, основными пунктами базирования которого являются Новороссийск, Темрюк, Туапсе и др. Газета ЮВО «Военный вестник Юга России», входящая в холдинг «Красная звезда», часть газетной площади постоянно отдает под флотские материалы. Продукт Телестудии ЧФ распространяется по некоторым кабельным сетям региона.

Второй. Разумеется, в регионе без всяких ограничений распространяется продукция СММК Российской Федерации, в которых в той или иной степени публикуются материалы оборонной, военной, в том числе флотской тематики. Также общедоступны практически любые печатные издания Министерства обороны, практически повсеместно возможен просмотр московских телепередач «Служу России» («Первый канал»), «Смотр» (НТВ), «Военная тайна» (РЕН) и, конечно же, программы телеканала «Звезда», для которого Телестудия ЧФ планомерно готовит свои сюжеты.

Третий. Степень востребованности в регионе информации о ЧФ остается высокой в силу ряда обстоятельств, в т. ч. в связи со сложной военно-политической обстановкой в республиках Северного Кавказа, актуализацией проблем безопасности в связи с проведением Олимпиады – 2014 в Сочи, реализацией планов Федеральной целевой программы «Развитие системы базирования Черноморского флота Российской Федерации на Черноморском побережье Кавказа до 2020 г.» и др.

Медиaprостранство Ростовской области и Краснодарского края является одним из самых развитых в Российской Федерации. На сегодняшний день в Ростове-на-Дону эфирное вещание осуществляют 6 метровых и 10 дециметровых телеканалов. В городе развито кабельное ТВ. В FM-диапазоне Ростова-на-Дону вещают около 30 радиостанций. Регулярно издаются более 30 газет и примерно

столько же журналов. В городе существует более 15 качественных интернет-изданий. В Ростове-на-Дону действуют представительства информационных агентств «РИА-Новости-Юг» «Интерфакс-Юг», «ИТАР-ТАСС», «Северный Кавказ» [6]. В Ростове-на-Дону как областном центре выходит ряд изданий, распространяемых в регионе, ТВ- и радиопроduct доступен в большинстве городов и районов. В каждом городе и сельском районе выходит не менее одной газеты. На одном или нескольких телеканалах, доступных в регионах области, есть отрезки местного вещания [6].

В такой же степени медиaprостранство развито на Кубани. В рейтинге 75 крупнейших городов России Краснодар занял 9-е место по совокупному разовому тиражу общественно-политических печатных СМИ (1 012 920 экземпляров) и 4-е место по «доступности негосударственных СМИ». В городе располагается Краснодарский краевой радиотелевизионный передающий центр, который является крупнейшим подразделением в составе Федерального государственного унитарного предприятия «Российская телевизионная и радиовещательная сеть». В Краснодаре идет вещание 17 эфирных телеканалов. В городе зарегистрированы и работают 19 FM-радиостанций, из которых подавляющее большинство частные. Две государственные краевые «Первое радио» (НТК) и «Радио Рокс-Регион» охватывают до 90% территории Кубани.

Характеризуя медиaprостранство Причерноморья в контексте данной статьи также следует отметить отсутствие его четких пространственно-географических рамок с точки зрения проявления интереса потенциальной аудитории и, как следствие, возможностей влияния на нее. В частности, речь идет об Абхазии, на территории которой размещены российские военные базы и объекты. Начиная с августа 2008 г. у берегов республики на постоянной основе боевую службу несут корабли Черноморского флота России. Абхазское население (по оценке – около 250 тыс. человек) республики, а также гости республики, отдыхающие, которых в курортный сезон немало, проявляют естественный интерес к информации о Черноморском флоте. Периодически соответствующие материалы появляются в местных СММК.

В Абхазии осуществляют вещание 7 российских каналов, а также АГТРК – Абхазская государственная телерадиокомпания, «Абаза ТВ», «Канал-8». Общедоступные каналы являются обязательными для распространения на всей территории Республики Абхазия и бесплатными для потребителей. Эфирная наземная трансляция общедоступных обязательных телеканалов на всей территории республики осуществляется совместным абхазо-российским предприятием «Экран». В Абхазии также осуществляют свою работу несколько телевизионных студий

и радиостанций (не менее трех). В республике издается 8 газет и 4 журнала. Действует государственное информационное агентство Республики Абхазия «Апсныпресс». Ежегодно около 300 наименований научных журналов по основным отраслям науки представляется в Сухуми на выставке российских научных периодических изданий. Доступны в республике различные российские печатные периодические издания.

Характеризуя потребителя информационного продукта, следует дать краткую характеристику населения региона. В этой связи необходимо отметить: предыдущая перепись населения на Украине проводилась в 2001 году. По ее результатам население Украины насчитывало 48,457 млн. человек. Украинцы составили 77,8 %, русские 17,3 %. При этом 67,5 % населения считали украинский язык родным, 29,59 % – русский. Показательным является то, что по данным Фонда «Общественное мнение» 75 % населения областных центров Украины предпочитают общаться на русском языке (только 9 % – на украинском). Сплошные ареалы русского языка в сельской местности находятся на юге и востоке Украины. В целом русский язык дома используют 46 % населения Украины (данные опроса 2004 года Киевского международного института социологии – КМИС). В первую очередь используют для общения русский язык абсолютное большинство южных и восточных регионов страны:

Крым – 97 % всего населения; Донецкая область – 93 %; Запорожская область – 81 %; Николаевская область – 66 %; Одесская область – 85 %.

По данным КМИС, среди этнических украинцев – 49,1 % являются украиноязычными, 50,9 % – русскоязычными; среди этнических русских – 95,7 % – русскоязычные, украиноязычные – 4,3 %. Небезынтересно: 3,1 % населения Украины указали себя украинцами и русскими одновременно, так называемыми биэтнорами. Среди них 81,4 % – русскоязычные, остальные 18,6 % – украиноязычные.

Таким образом, практически все население украинской части Причерноморья является потенциальными потребителями информационного продукта СММК ЧФ (особенно с учетом того, что почти 2/3 населения Украины – 28,9 млн человек имеют высшее и полное среднее образование и политически активны).

Всего же на информационном поле (в регионах дислокации сил ЧФ и стабильного информационного продукта) Черноморского флота постоянно проживает 23 млн человек [9; 10].

К вышеизложенному также следует добавить то, что информационный продукт СММК ЧФ активно используется на всем медиапространстве Украины в силу своего высокого качества, а также по причине ограниченного числа профессионалов, способных досконально разбираться во флотской проблемати-

ке. Необходимо отметить: этот информационный продукт востребован и в остальных государствах Причерноморья, о чем свидетельствуют регулярная подписка на газету «Флаг Родины» посольствами иностранных государств, с которыми Украина имеет дипломатические отношения (Болгария, Грузия, Молдавия, Румыния, Турция).

Общедоступным этот продукт делает Интернет, в сети которого также размещается еженедельная программа ТВ ЧФ «Отражение».

И теперь отдельно о Крыме и Севастополе. Отметим, медиапространство Крыма и Севастополя существенно отличается от общеукраинского. Это связано с рядом фактов, имеющих историческую, социально-экономическую, этническую и культурно-гуманитарную основы.

И сегодня, признавая украинский суверенитет на государственном уровне, в Крыму говорят: «Государство – украинское, но земля-то – русская...». В этих словах – квинтэссенция «крымской специфики», которая формирует «крымский менталитет». Соответственно крымчане и севастопольцы имеют особые интересы, приоритеты, привязанности. Это отражается на пристрастиях, проявляющихся в гуманитарной сфере. При этом необходимо обратить внимание на то, что именно население Севастополя более ориентировано на Россию по причине особого статуса города как особой административно-территориальной единицы, имеющей союзно-республиканское подчинение. Севастополь – главная база Черноморского флота, что определяло жизнь его жителей. В разные периоды истории город являлся «закрытым», имея специфический статус «пограничной полосы», т. е. въезд в город граждан, не имевших в нем прописки, был строго ограничен. Состав населения города, обеспечивавшего повседневную и боевую деятельность Черноморского флота СССР, коренным образом отличался не только от населения Украины, но даже Крыма. Влияние Киева на жизнь города даже после 1954 г. было в значительной мере символическим, т. к. бюджет города во многом формировался в рамках бюджета союзного Министерства обороны. Культурно-гуманитарное влияние Украины было минимальным. Показательный пример: в севастопольских школах никогда не преподавался украинский язык, хотя в Крыму его преподавание осуществлялось. Правда, в большинстве случаев формально. Украинский язык ни в Севастополе, ни в Крыму не был востребован. До 1991 года ни у кого сомнения не вызывало то, что Севастополь – город русский по культуре и духу, город русских моряков. Мало сомневался кто-то и в том, что даже в советское время к Крыму вполне подходило название, существовавшее с «царских времен» – Русская Таврида.

По Всеукраинской переписи населения 2001 года (без учета Севастополя) 58,3 % населения Крыма –

русские, 4,3 % украинцев, 12,1 % населения крымских татар, 1,4 % белорусов, 0,5 % татар, 0,4 % армян, по 0,2 % евреев, поляков, молдаван, азербайджанцев, по 0,1 % узбеков, корейцев, греков, немцев, мордвы, чувашей, цыган, болгар, грузин и марийцев, а также караимы, крымчаки и др. [9].

Так, например, Севастопольским комитетом по делам печати и информации, а затем Управлением юстиции Севастопольской городской государственной администрации зарегистрировано около семисот печатных СМИ, однако регулярно едва ли выходят два десятка. Такая же картина в Крыму, в котором проживает 2 024 056 человек (по данным Всеукраинской переписи населения). Всего в Симферополе Главным управлением юстиции Министерства юстиции Украины Автономной Республике Крым зарегистрировано около 1900 газет и журналов, подавляющее большинство которых являются «мотыльками» – изданиями однодневками, созданные в период выборных кампаний, а также под конкретные социальные, гуманитарные, бизнес-проекты или под «конкретное лицо». Они преследуют ограниченные цели, после выхода нескольких номеров «замораживаются» и при необходимости реанимируются.

Среди всех печатных СМИ к популярным относится около 20 изданий, среди которых газеты «Крымская правда», «Крымские известия», «Крымская газета», «Первая крымская», «Крымское время». Все эти газеты – русскоязычные. Некоторые издания билингвистичны (например, «Голос Крыма, в котором материалы печатаются на русском и крымскотатарском языках). Газеты, издаваемые на национальных языках, выходят в свет от случая к случаю и ощутимого влияния на читателя не имеют [15].

В целом надежных источников о состоянии информационной сферы Крыма нет, так как единственным источником по текущей номенклатуре газет и журналов Крыма (как и Севастополя) являются подписные каталоги Укрпочты. О тиражах информация, как правило, не является достоверной в силу стремления издателей привлечь рекламодателей. Поэтому количество тиражей, указываемых в выходных данных изданий, часто намеренно завышается. Крупными считаются издания, тираж которых превышает 15 тыс. экз. (таких, вместе с Севастополем, 12). Из версий, издаваемых для Крыма, выходят «Комсомольская правда», в Украине (Крым), «Аргументы и факты», в Украине (Крым), «Сегодня». Крымский выпуск».

В АРК из зарегистрированных изданий более 69 % – русскоязычные, на русском и украинском. 16 %. 15 газет – на русском и крымскотатарском языках (в разных сочетаниях). Общая доля зарегистрированных газет с определяющей ролью русского языка в публикуемых материалах превышает 88 %. Газет с единственным не русским языком за-

регистрировано 17 (1,3 % от общего числа). В Севастополе реально выходит лишь одна билингвистичная газета – «Флот Украины», печатный орган ВМС Украины. Остальные «нерусскоязычные» издания выходят в свет крайне редко, от случая к случаю [16].

В Крыму всего 8 FM-радиостанций, из которых на общекрымский статус может претендовать лишь «Транс-М-Радио» (г. Симферополь). Региональные студии крупных радиостанций изредка дают «крымские блоки» – таких станций еще 6. Основу FM-эфира полуострова составляют 14 киевских радиостанций, транслируемых на Крым в почти неизменном виде (в основном добавляется только крымская реклама). Еще 3 радиостанции являются открыто политическими, отражая прокиевскую позицию (это радиостанция ТРЦ ВМСУ «Бриз» и две общественно-политические киевские радиокomпании, транслируемые на Крым без каких-либо купюр и дополнений). Вместе с тем отметим: на востоке Крыма (на Керченском полуострове) возможен устойчивый прием российских FM-радиостанций с Черноморского побережья Кавказа. Необходимо отметить высокую степень динамики в этой информационной нише: изменение названий радиостанций и собственников частот происходит часто и быстро – за год в Севастополе произошли изменения на пяти из 21 радиостанции) [16].

Основными поставщиками телевизионного сигнала в городской местности Крыма являются компании кабельного телевидения. Наиболее влиятельные в Крыму телеканалы – российские (обычно 3-5: Первый, РТР, НТВ, РЕН, ТВС (ТВЦИ) и русскоязычные украинские во главе с «Интером». Местные крымские особой популярностью не пользуются, в т. ч. по причине отсутствия доверия из-за их зангажированности. Среди них – имеющие наибольший процент покрытия территории «Черноморская ТРК» и ГТРК «Крым». В то же время молодые местные каналы постепенно завоевывают аудиторию, особенно это относится к Севастополю – НТС, «Первый Севастопольский». Они достойно конкурируют с «официальными» «Народным каналом» и СТВ (СГТРК), не говоря уже о ТРЦ «Бриз», сетка вещания которого содержит лишь часть собственного продукта. Его контент составляют передачи «Интера» и «Народного канала» [16].

«Группировка» информационных агентств Крыма основана на трех информационных «китах» – «Новый Регион», «Крымское информационное агентство» и «E-Crimea». Всего же поисковый запрос «Информационные агентства Крыма» дает более 170 результатов выдачи, причем некоторые из них не имеют крымской «прописки», а рассказывают о Крыме. Это свидетельствует о солидности информационного массива, связанного с регионом [16].

Интернет-СМИ Крыма представляют сайты сети Интернет либо их обособленные разделы, осуществ-

вляющие деятельность, присущую СМИ, в отношении территории Крыма вне зависимости от места расположения серверов и наличия регистрации как средства массовой информации в каком либо государстве. Интернет-СМИ отличаются от информационных сайтов, зарегистрированных печатных и электронных (радио, ТВ) СМИ тем, что ведут свою деятельность исключительно в Интернете. В Крыму развивается Интернет-телевидение – существует три телеканала (две видеостудии – в Севастополе). Интернет-радио Крыма постоянно развивается, как и присутствие телеканалов, в т. ч. онлайн-вещание [16].

Особо следует отметить: Крым и Севастополь являются основной площадкой для деятельности информационных структур как Черноморского флота Российской Федерации, так и Военно-морских сил Украины (о ЧФ будет рассказано подробно во 2-й главе).

Одной из существенных особенностей медиапространства Крыма как раз и является то, что на полуострове параллельно с информационными структурами Черноморского флота России действуют СММК украинского военного ведомства и ВМС Украины. В этой связи, а также исходя из специфики деятельности СМИ и информационных структур ЧФ РФ, представляется необходимым коснуться вопросов, связанных с деятельностью средств массовой информации ВМС Украины.

Информационное поле СМИ ЧФ РФ и ВМСУ одно – Севастополь, Крым. Значительная часть читателей – общая: ветераны Черноморского флота СССР, жители города, те, кому небезразлична судьба Большой Родины. Кроме того, два флота ранее зачастую оказывались на рубеже противостояния двух государств на основе различных подходов к общественно-политическим явлениям и событиям. Потому осуществление информационного противоборства или сотрудничества представляет определенный интерес. Какими средствами идеологического воздействия и воспитания личного состава в части, касающейся средств массовой информации, обладают Военно-морские силы Украины?

Главным печатным органом ВМС является газета «Флот Украины». Символично и знаково – это фактически первая воинская часть в ВМСУ, созданная официально (май 1992 г.) [1]. Это свидетельствует о понимании руководством Украины и ее Вооруженных сил значения роли и значения СМИ. Выходит 2 раза в неделю, объем 8 полос А-3, печатается в Киеве, поэтому информация несколько устаревает. Имеет электронную версию (<http://fleet.sebastopol.ua>). Основная часть материалов – на украинском языке. Антироссийские материалы, а таких до последнего времени было немало, как правило, печатаются по-русски. В этой связи стоит напомнить: журналистам СМИ Черноморского флота России

дано негласное распоряжение – материалы на политические темы, связанные с базированием флота на Украине, вообще не готовить. Тираж «Флота Украины» – 1 тыс. экземпляров, распространяемый в основном в Севастополе, а также малыми партиями по всей Украине. О важности информационно-пропагандистской работы в ВМСУ, ее значении свидетельствует факт: штат и структура газеты практически были полностью скопированы с «Флага Родины» советского периода. На сегодняшний день в штате газеты «Флот Украины» – около 50 человек, в том числе около 20 – офицеры.

В определенном смысле аналогом журнала ВМФ России «Морской сборник» можно считать журнал «Морская Держава». Выходит раз в месяц [7]. Печатался в Киеве, но в последнее время существует только в электронном виде. Имел отличную полиграфию и оформление. Изначально продавался через «Союзпечать», но коммерческого успеха не имел. Делают его журналисты «Флота Украины». Распространяется в основном в рамках ВМСУ. Материалы – история, военно-морское искусство, военно-морская техника, публицистика. Издается более 10 лет, но мало известен.

Телерадиоцентр ВМС Украины «Бриз» создан в декабре 1992 г. (т. е. раньше ТЦ ЧФ). В штате 74 человека. Осуществляет круглосуточное FM-радиовещание, имеет свой канал – ТВ-частоту. Заполнение эфира проводится как своим продуктом (новости, прямые эфиры на актуальные темы ВМС, города), так и ретрансляцией, в том числе идеологических программ других украинских телеканалов. В работе до последнего времени была ярко выражена анти-российская направленность. Качество продукции – ниже, чем у Телестудии ЧФ, но главное преимущество – массовая аудитория, доступность.

Конечно, сказать, что эти СМИ пользуются широкой популярностью у жителей города, значит слукавить. В то же время стоит отметить, что основная причина этого – не в эффективном пропагандистском противоборстве со стороны аналогичных средств ЧФ РФ, а устойчивая политическая позиция севастопольцев и жителей Крыма, которые не хотят и не могут ассоциировать себя вне России.

Таким образом, на основе вышеизложенного, следует отметить: медиапространство Крыма и Севастополя имеет высокую степень развития и насыщенности. В нем есть вполне определенная «флотская ниша», что в значительной мере определяет перспективы развития СММК Черноморского флота Российской Федерации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбачев С. П. Флотораздел. Часть 1-я / С. П. Горбачев. – Севастополь, 2010.
2. Интернет-энциклопедия «Википедия» (О СМИ г. Николаева). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

3. Интернет-энциклопедия «Википедия» (О СМИ г. Херсона). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. Интернет-энциклопедия «Википедия» (О СМИ Донецкой области, г. Донецка). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
5. Интернет-энциклопедия «Википедия» (О СМИ г. Мариуполя). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Интернет-энциклопедия «Википедия» (О СМИ Ростовской области, г. Ростове-на-Дону). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
7. Официальный сайт журнала «Морская держава». – Режим доступа: <http://fleet.sebastopol.ua/morskaderzhava/index.php/>
8. Сайт www.marketing-ua.com (Обзор украинского рынка печатных СМИ). – Режим доступа: <http://www.marketing-ua.com/>
9. Сайт Государственного комитета статистики Украины. – Режим доступа: <http://www.2001.ukrcensus.gov.ua/>
10. Сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
11. Сайт Рекламы и PR в печатных и Интернет-СМИ Украины и России. – Режим доступа: <http://www.mediagroup.com.ua/>
12. Сайт [TV.odessa.ua](http://tv.odessa.ua). – Режим доступа: <http://tv.odessa.ua/>
13. Сайт www.maria.ua. – Режим доступа: <http://www.maria.ua>
14. Сайт www.marketing-ua.com (Обзор украинского рынка печатных СМИ). – Режим доступа: <http://www.marketing-ua.com/>
15. Сайт www.smi.com.ua. – Режим доступа: <http://www.smi.com.ua>
16. Сайт «Крымология». – Режим доступа: <http://krymology.info/>
17. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система / Е. Н. Юдина. – М. : Прометей, 2005. – 160 с.

Московский государственный университет в г. Севастополе

Мельников В. А., старший преподаватель кафедры журналистики

Интернет-портал «Маринист» (г. Севастополь)

Горбачева А. С., пресс-секретарь

E-mail: matros1949@yandex.ua

Moscow state University in Sevastopol

Melnikov V. A., Senior Lecturer of the Journalism Department

Internet-portal «Seascope» (Sevastopol)

Gorbacheva A. S., Press Secretary

E-mail: matros1949@yandex.ua

ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКАЯ СТОРОНА СОВРЕМЕННОГО ТОК-ШОУ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «ПЕРВОГО КАНАЛА»)

И. В. Пархоменко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 23 мая 2014 г.

Аннотация: в данной работе исследуются художественно-публицистические черты ток-шоу на примере программ, представленных на «Первом канале» («Наедине со всеми», «В наше время», «Дело ваше» и др.). На наш взгляд, современные тенденции демонстрируют более активное проникновение художественных выразительных средств в структуру ток-шоу, что обуславливает необходимость изучения этого процесса.

Ключевые слова: художественная публицистика, телевизионный эфир, ток-шоу, художественное выразительное средство, «Первый канал».

Abstract: in this research investigated art and publicistic lines of a talk-show on the example of the programs presented on «First channel» («Alone with all», «In our time», «Your deed», etc.) In our opinion, current trends show more active penetration of art means of expression into talk-show structure that causes need of studying of this process.

Key words: artistic publicism, television air, talk-show, artistic and expressive means, «Channel One».

Если форма существования искусства – отдельное произведение, то форма существования телевидения – программа. Современное телевизионное пространство представляет вниманию зрителя широкий набор передач – информационные, аналитические, художественно-публицистические, познавательные, развлекательные. И внутри этого видового разнообразия мы обнаруживаем общие художественно-публицистические черты, в частности художественные выразительные средства. Так или иначе, они характерны всем жанрам телевидения без исключения, включая новостные программы. Другое дело – какова «дозировка» художественного компонента. К примеру, если телевизионный очерк – «король» художественной публицистики, – изобилует художественными выразительными средствами, ток-шоу они свойственны в меньшей степени. Однако в последнее время все актуальнее становится противоположная тенденция. Для того чтобы проанализировать художественные черты ток-шоу, мы обратимся к жанру очерка.

Жанроформирующими элементами очерка, в частности предметом отображения, может выступать событие, человек или актуальная проблема. Все эти составляющие, а порой и их совокупность, мы встречаем в популярном сегодня жанре телевизионных передач – ток-шоу. Как правило, на первый план здесь выходит именно человек. Зачастую личность находится в центре определенной проблемы,

путь осмысления которой лежит через анализ событий из жизни главного героя. Разумеется, претендовать на художественную публицистику в чистом виде на примере современных ток-шоу невозможно. В то же время не стоит игнорировать наличие в данном жанре телепередач художественно-публицистических элементов.

Определимся с понятием ток-шоу, которое относится к ряду телевизионных программ разговорного жанра. Классическое ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий – приглашенные собеседники (эксперты) – зритель в студии. Ток-шоу соединяет приемы журналистики и сценические приемы. И каждый из участников ток-шоу, какова бы ни была его служебная функция внутри программы, одновременно является персонажем с заданной ему авторами ток-шоу ролью [1].

В некоторых ток-шоу предусмотрена возможность подключения телезрителей к разговору – по телефону и «громкой связи» в студии. Более сложные ток-шоу строятся как обсуждение видеорепортажей. Возможен двусторонний диалог разных аудиторий (такие ток-шоу получили название «телемост») [2].

В анализе ток-шоу, представленных на «Первом канале», оттолкнемся от следующих особенностей телевизионной художественной публицистики, в частности телевизионного очерка: предъявление информации в звукозрительной форме; образное, наглядное осмысление фактов; персонификация как способ актуализации авторской индивидуальности;

отбор художественных приемов с учетом природы телевидения и возможностей телетехники; соединение рационального и эмоционального зрительского восприятия [3].

Сложно представить телепередачу без звукозрительного ряда, в особенности проекты, посвященные артистам. Каждое ток-шоу оформлено, по крайней мере, музыкальными заставками, и практически каждое ток-шоу включает фрагменты из фильмов, клипов, концертов с участием героев («В наше время», «Наедине со всеми»). К примеру, выпуски вышеупомянутых программ, посвященные Людмиле Гурченко или Михаилу Боярскому, попросту не состоялись бы без использования подобных материалов.

Образное и наглядное осмысление фактов имеет ту же природу – если в студии ток-шоу перед зрителями предстает реальная личность «здесь и сейчас», то параллельный визуальный ряд знакомит их с ней как с субъектом искусства. Особенно ценны архивные материалы, если герой по разным причинам не присутствует в студии. Так, колоритность одного из выпусков ток-шоу «В наше время» под названием «Анна Самохина: «Но я играю свою роль», жидетса на кинематографических работах актрисы. Целостный образ создается с помощью демонстрации фрагментов фильмов, а дополняют его рассказы участников передачи.

Целостная картина наглядности и образности пишется не только посредством представленного материала, ее формирует и сама атмосфера ток-шоу, специфические особенности студии. К примеру, ток-шоу «Они и мы» – это некий уличный интерьер с лавочками и фонарями, дорожными знаками, почтовыми ящиками и прочими атрибутами. Примерно та же атмосфера сопровождает ток-шоу «В наше время». А программа «Дело ваше» – это, скорее, интерьер уютной дачи, который располагает к искренней беседе в домашней обстановке. Гости даже входят в студию через дверь, позади которой виднеется сад.

Персонализация как способ актуализации авторской индивидуальности была важна всегда, но в современной телевизионной действительности авторский авторитет зачастую несет в себе беспрецедентное значение. Образ героя дополняется образом автора-телеведущего, личность которого влияет как на содержание, так и на форму подачи материала. Ток-шоу – это максимально персонализированная экранная форма. Взаимодействию формы и ее создателя в первую очередь способствуют необходимые личностные качества ведущего: ум, находчивость, обаяние, юмор, умение заинтересованно слушать, пластично двигаться и прочее [4]. Порой уже само название ток-шоу сразу ассоциируется у зрителя с автором или телеведущим. «Наедине со всеми» – с Юлией Меньшовой, «В наше время» – с Татьяной Веденеевой и другими ведущими про-

граммы. Героями ток-шоу могут быть люди из реального мира, и зритель на подсознательном уровне проводит параллель между ними и собой. Однако ведущий – это чаще всего узнаваемый человек со сложившейся в обществе репутацией, ведь только зарекомендовавшая себя личность может выступать своего рода экспертом, главным связующим звеном между героями и зрителями программы. Так, герои ток-шоу «Дело ваше» – обычные, не известные широкой публике люди, чьи жизненные проблемы стали объектом обсуждения. А вот ведущие, в числе которых Раиса Рязанова, Наталья Варлей, Татьяна Васильева – легендарные советские актрисы, которых вряд ли нужно представлять аудитории.

Художественные приемы, отобранные с учетом природы телевидения и возможностей телетехники, в ток-шоу предоставляют небогатый выбор в отличие от документального кино. Однако и здесь мы встречаем такие художественные средства, как черно-белое изображение, музыка, звуки, шумы, фильтры, спецэффекты. К примеру, черно-белое изображение – незаменимая часть архивных материалов – фрагментов старинных фильмов, раритетных фотографий. Спецэффекты зачастую используются не только в перебивках программы, но и в мини-анонсах, которые представлены на экране в визуальной форме. Это могут быть надписи оригинальным шрифтом,двигающиеся фигуры или комплекс нескольких средств, формирующих в единую художественную концепцию. Не редкость для ток-шоу – полиэкранный кадр, когда в одном кадре совмещаются две разнородные визуальные части. Их компонентами выступают фотографии, видео или совокупность этих наглядных видов информации. Прием полиэкрана часто используется в ток-шоу «Пусть говорят», «Наедине со всеми» и др. К примеру, в выпуске «Наедине со всеми», посвященном Аните Цой, мы видим наглядный пример данного художественного выразительного средства в момент, когда о главной героине рассказывает ее учительница. Рядом со средним планом женщины соседствует крупный план самой Аниты.

Художественные средства свойственны многим выпускам ток-шоу «Дело ваше». Например, нестандартный ракурс съемки ведущей, которая выглядит из-за угла и как бы полупотомкомментирует отдельный вопрос на фоне непрерывающегося обсуждения главной темы остальными героями программы. Подобный прием вносит диссонанс в ход ток-шоу, акцентируя внимание на конкретном моменте беседы. В то же время в нем заложена определенная образная концепция, которую создают визуально приятная композиция кадра, нестандартный для ток-шоу тон и тембр ведущей. Большое значение для создания гармоничной обстановки в студии имеют музыка, звуки, шумы. К примеру, в данной программе мы слышим щебетание птиц, которое

наполняет кадр атмосферой дачного уюта. Активно используются музыкальные композиции. В одном из выпусков комментариев Натальи Варлей удачно подчеркивает музыка из кинофильма «Кавказская пленница», в котором актриса сыграла свою самую известную роль.

Некоторые художественные приемы сложно за- гнать в рамки, то есть отнести к конкретной клас- сификации или разновидности. Например, в выпуске ток-шоу «В наше время. Роман в письмах», посвя- щенном Людмиле Гурченко, фигурирует ее поклон- ница, которая внешне напоминает главную героиню фильма «Карнавальная ночь». На девочке похожее платье, прическа, она исполняет песню из картины. Невольно перед зрителями встает образ самой Гур- ченко. Однако мы не можем отнести эту «случайную» образность к приемам театрализованного представ- ления, которые А. Г. Соколов обозначил как «худож- нические средства выражения» и «актерские сред- ства выразительности» [5, 85]. В данном случае пе- ред нами реальная личность, субъект внешнего мира, а не участница сценической постановки.

В выпуске ток-шоу «Наедине со всеми» о Юлии Чичериной используется традиционный прием ра- боты с архивными данными, однако в необычной трактовке. В программе представлены кадры из фильма, посвященного первому наркому ино- странных дел СССР Георгию Чичерину. В контраст этому, можно сказать, историческому видеоряду идут нарезки из современного клипа его правнуч- ки – героини программы. Удачное сочетание этих

разноплановых фрагментов объединяет в одном кадре разные поколения, рождая эмоциональность, образность.

Итак, во многих ток-шоу, безусловно, происходит соединение рационального и эмоционального зри- тельского восприятия. Рациональное восприятие обусловлено реальной природой предложенной информации, эмоциональное – художественными приемами и образной структурой телепередачи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецов Г. В. Ток-шоу : неизвестный жанр? / Г. В. Кузнецов // Журналист. – 1998. – № 11. – Режим до- ступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles>
2. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Высшая школа, 2002. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text6/32.htm#з_12
3. Шестеркина Л. П. Методика телевизионной жур- налистики : учеб. пособие для студентов вузов / Л. П. Ше- стеркина, Т. Д. Николаева. – М. : Аспект Пресс, 2012. – Режим доступа: http://dedovkgu.narod.ru/bib/shestjorkina.htm#_Телевизионный_очерк
4. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Высшая школа, 2002. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text6/32.htm#з_12
5. Соколов А. Г. Природа экранного творчества : Психологические закономерности / А. Г. Соколов. – М. : Изд. А. Дворников, 2004. – С. 85.

Воронежский государственный университет

Пархоменко И. В., аспирант кафедры телевизионной и радиожурналистики

Voronezh State University

Parkhomenko I. V., Post-graduate Student of the Television and Radio Journalism Department

ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА И ЭПОХИ В ЗЕРКАЛЕ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИИ И ФРАНЦИИ КОНЦА XIX ВЕКА)

М. И. Пивоварова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 24 июня 2014 г.

Аннотация: статья посвящена изучению жанра рекламного плаката в Англии и Франции конца XIX века. Автор обращает внимание на временные и национальные особенности, которые находят отражение в плакатах двух стран.

Ключевые слова: Франция, Англия, рекламный плакат, менталитет, «Прекрасная эпоха».

Abstract: the article is dedicated to the development of the poster in England and France in the late 19th century. The author pays attention to the time and national peculiarities to be reflected in the posters of the two countries.

Key words: France, England, poster, mentality, Belle Epoque.

Появление плакатов связано с изобретением литографии – многокрасочной печати, появившейся еще в 1797 г. Однако в течение первой половины XIX в. техника осваивалась, и массовое распространение плакатов произошло позже – во второй половине XIX в., что стало настоящим поворотом в художественной и рекламной сферах. Иллюстрированная реклама получила статус своеобразной законодательницы мод, так как определяла вкусы общества того времени. Творчество мастеров плакатной живописи, удачно вписавшись в общий художественный процесс, вобрало в себя самые смелые идеи, сочетая отдельные направления и стили. Во многом именно французский импрессионизм, определивший направление творчества целого поколения художников, «и был той благоприятной средой, в которой впервые пышно расцвел многокрасочный по своему колориту, динамический по своей композиции и реалистический по своему содержанию плакат» [1]. Плакаты, создаваемые известными французскими живописцами, были настоящими произведениями искусства, расклеенными на улицах Парижа. Приемы, заимствованные из фотографии и кинематографа, обогатили плакатное искусство, а «в творческий арсенал плакатистов вошли смелое кадрирование, формирующее свободную композицию, а вместе с ним – неожиданные ракурсы», при этом «интенсивность рекламных образов нарастала при резких изменениях пропорций, перспективных искажениях и умелом акцентировании деталей» [2]. Однако ценность плаката не ограничивается лишь его художественными достоинствами.

Образцы рекламного искусства прошлого сегодня являются документальным свидетельством минувшей эпохи. Выбор тем, особенности их интерпретации, стиль обращения к потенциальному потребителю в полной мере отражают менталитет создателей рекламы. Очень часто идентифицировать «национальную принадлежность» рекламного плаката можно лишь с помощью визуального ряда и при отсутствии текста.

В 90-е годы XIX столетия и первое десятилетие XIX в., известные как «Прекрасная эпоха», Франция переживала небывалый подъем и экономическое развитие. В 1852 г. после учреждения Второй французской империи Париж ждал глобальные изменения – император Наполеон III задумал полную перестройку города. С 1850 по 1914 гг. Париж превратился в тот город, который знаком нам и сейчас в XXI в. По приказу императора Наполеона III префект департамента Сены барон Осман осуществил основательную перепланировку Парижа, разделив магистралями и проложив бульвары на месте трущоб. Культурное и политическое влияние города демонстрирует тот факт, что во второй половине XIX в. в Париже проходит 5 из 21 Всемирных выставок.

В 1900 г. в столице Франции была открыта первая линия метро. Становится модным отправляться на прогулку на велосипеде, а по вечерам заглядывать в открывшиеся «концертные кафе», где посетителям предлагается программа с участием поэтов, певцов и художников. Эту «прекрасную эпоху» отличали жажда наслаждений, вычурной роскоши, стремление к пышности и гиперболизации. Богемный Монмартр заполнили многочисленные рестораны и кафе-шантаны, возникая в ответ на стремление общества к веселью, зрелищности и легкости бытия. Париж,

признанный во всем мире столицей мод, становился и центром роскоши и бурлящей событиями жизни. Неудивительно, что в такой среде было с энтузиазмом встречено новое явление – артистических кабаре: «возникшие как сцена для актуального парижского шансона, они стали не только площадкой для художественных, музыкальных, пластических и драматических выступлений, но и местом общения парижской богемы, образом жизни целого поколения, вошедшего в историю как «граждане республики Монмартр» [3]. Некогда непривлекательная окраина города с дешевым жильем заметно преобразилась и выросла в район, приобретший к концу XIX в. репутацию самого привлекательного места в Париже.

Монмартр с его заведениями увеселительного характера привлекал любителей разгульного образа жизни, студентов и простых обывателей. Танцовщицы и актрисы красовались на плакатах, они были узнаваемы и почитаемы публикой. Плакаты Жюль Шере, Анри де Тулуз-Лотрека, Теофиля Стейнлера с изображением столичных увеселительных заведений собирали парижан на истинно французский перформанс с канканом и шансоном. Модные заведения «Ша Нуар», «Амбассадер», «Мирлтон», «Мулен Руж», «Мулен де ла Галетт», «Казино де Пари» были важными приметами эпохи, запечатленными в композициях плакатистов. Мастера иллюстрированной рекламы содействовали успеху многих увеселительных жанров, как опера и оперетта. Тугендхольд говорит о «зависимости ... эстетики плаката от всего комплекса искусства данной эпохи, от общего ее художественного стиля», при «прямой зависимости от того или иного хозяйственно-общественного уклада, от самого темпа развития городской публичной жизни, жизни улицы» [4].

Франция, будучи законодательницей мод, быстро подхватывала новые веяния, а за их распространение уже отвечала реклама (в том числе плакат). Именно плакаты способствовали популяризации велосипедов, начиная с 1890 г., и познакомили публику с марками и местными компаниями по продаже и ремонту. Наиболее известны плакаты А. Мухи (реклама велосипедов торговой марки «Perfecta») и А. Тулуз-Лотрека (реклама велосипедной цепи Simpson). А туристический плакат, расклеенный на вокзалах, закрепил в состоятельной публике вкус к путешествиям для развлечений. К 1890 г. большие железнодорожные компании решают завоевать с помощью плакатов аудиторию: они выпускают серию иллюстрированных плакатов, представляющих регионы Франции [5].

Реклама XIX в. во Франции (и особенно это касается плакатов) была органично вписана в городской ландшафт и соответствовала общему настроению конкретной эпохи в стране. В большей степени вышесказанное, безусловно, относилось к столице

Франции. По словам историка рекламы Генри Сэмсона, «пестрые афиши, разноцветные торговые плакаты, освещенные афишные тумбы, балконы, украшенные позолоченными буквами... и еще тысяча и одна оригинальная идея, служащая современной богине – Рекламе, является частью прекрасного и гармоничного целого, самого красивого и совершенного из современных городов, Парижа» [6]. Необыкновенно живая атмосфера парижских улиц, легкость и непринужденность бытия нашли отражение в рекламе, в том числе плакатной. Французская реклама XIX века напоминает образное описание, предложенное В. Тулуповым: «Реклама подобна театральному действу, карнавалу, балагану. Она сродни обряду сватовства, выкупа невесты, когда обе стороны – «продавцы-купцы» и покупатели «товара» – участвуют в своеобразной игре». И хотя данное сравнение больше подходит для рекламы телевизионной, но и плакатная реклама XIX века во Франции, даже без технологического арсенала рекламы последующих веков, в полной мере соответствовала этому праздничному настроению [7].

Однако та же эпоха в соседней стране была настроена к рекламному делу более настороженно: «в то время как во Франции творческие эксперименты художников в рекламе вызывали общее восхищение и, что немаловажно, щедро поощрялись заказчиками, в Англии реклама презиравалась образованным обществом викторианской эпохи и длительное время была уделом ремесленников» [8].

Английский плакат появился в 1870-е гг., практически на десятилетие позже Франции. В 1871 г. появляется плакат Фреда Уолкера (Walker) «Женщина в белом» (чтобы анонсировать пьесу «Женщина в белом»). Однако существовавшее в английском обществе предубеждение к этому «недостойному жанру» на время приостановило его развитие, и Франция намного опередила соседа. 1890-е гг. принесли кардинальные изменения: плакатное искусство распространяется повсеместно, и Англия становится одним из передовых участников этого движения.

Большое количество рекламных постеров, расклеивающихся на городских стенах, было названо «кожной болезнью», в связи с чем возникла необходимость как-то регулировать эту деятельность. В 1862 г. в Англии была создана ассоциация плакатистов – первая попытка ввести саморегуляцию рекламной деятельности, а в 1893 г. было организовано «Национальное сообщество по контролю над рекламными злоупотреблениями». Обращало на себя внимание содержание плакатов, что вылилось в издание соответствующих законов. В том числе, «был издан закон против непристойной рекламы, были запрещены откровенные изображения, в этом проявляется, безусловно, и специфическая черта, мы не увидим среди английских плакатов

изображений разнузданных страстей и барышень задирающих ноги выше головы» [9].

В отличие от Франции, в процентном соотношении реклама развлечений составляла лишь самую малую долю от общей рекламы на плакатах. Чаще всего плакаты были приурочены к Рождеству как приглашение на традиционные пантомимы. Беззаботные празднества и фривольность парижской богемной жизни были чужды чопорной викторианской Англии. А полной противоположностью богемным парижским кафе и кабаре, погруженным в атмосферу открытости, непринужденности, стал закрытый элитарный клуб, являвшийся отражением английского менталитета. В Великобритании клуб был частью общественной жизни, так как представлял собой важную составляющую существования английского джентльмена.

Кофейни возникли в XVII в. и сразу превратились в своеобразную мекку для английских мужчин, для которых посещение кофейни было прекрасной возможностью общения и обсуждения новостей. Поскольку женщин в кофейни не пускали, поэтому закрытость таких заведений прослеживается уже с первых дней их существования. В конце семнадцатого столетия количество кофеен в Лондоне перевалило за сто, при этом они обслуживали разную целевую аудиторию и представляли собой так называемые «кружки по интересам». Именно кофейни стали местом рождения двух главных партий Британии. Со временем кофейни трансформировались в клубы, которые были доступны для определенного круга людей. Так, клубы стали быстро элитарными заведениями, членство в которых стоило немалых денег, но стоило вложенных средств, так как позволяло ступить на святая святых английского общества. Важность клубов для английского общества невозможно преувеличить, так как «способствуя общественным связям и взаимодействиям, облегчая для людей и групп причастность к общему; формируя и отграничивая сферы интересов, клуб стал решающим фактором в формировании общественной культуры Великобритании» [10].

Поскольку основными ценностями для жителей Великобритании были верность традициям, крепкие семейные отношения, консерватизм, стремление к познанию, это, несомненно, нашло отражение и в главных темах английского постера, которыми были путешествия и различные виды транспорта, морские круизы, маршруты железнодорожного сообщения, лондонская подземка, автобусы, трамваи, а также анонсы книг, периодических изданий и концертов.

Масштабная рекламная кампания по популяризации Лондонского метро сделала метрополитен самым популярным общественным транспортом. Темой плакатов, прежде всего, стали достопримечательности Лондона, информация о культурных мероприятиях столицы, выставках, концертах, скачках,

чемпионатах по теннису, военных праздниках и фестивалях. Информирование о важных событиях было «завуалированной пропагандой лондонского транспорта, поскольку здесь же сообщались рекомендации к поездке с разработанными схемами маршрутов, с указанием пересадок и названиями станций назначения» [11]. Кроме того, рекламисты стремились связать в сознании пассажира достопримечательности с определенными маршрутами разных видов лондонского транспорта.

Английский характер нашел отражение в манере исполнения рекламных плакатов: «тщательно и деликатно выбирался способ обращения к зрителю, художники избегали назойливого и прямолинейного изображения рекламируемых товаров и услуг: рекламные образы, безошибочно действующие на парижан, могли оставить равнодушными жителей Лондона» [12]. Есть и случаи явного «непопадания» в менталитет. Исследователь Никифорова приводит в качестве примера популярный во Франции плакат кисти Жюль Шере, представлявший публике тоник «Мариани», произведенный из красного вина с добавлением целебных травяных экстрактов. Французы признавали пользу напитка, который с 1870-х гг. продавался в аптеках. При переносе данного плаката в иную социокультурную среду произошло неприятие его английской публикой, а также всеобщее неодобрение за невысокую нравственную составляющую. Англичане, не разделившие восторга французов, тяготели к «уютным, домашним» напиткам (как, например, какао) и рекламе, позволяющей почувствовать себя у домашнего очага [13].

Становление рекламного плаката в Англии и Франции является важной вехой в развитии рекламного дела двух стран. Однако значение его не ограничивается рекламной сферой, так как плакат представляет собой богатый страноведческий материал, раскрывающий национальные особенности соседних государств. Рекламный плакат XIX века становится точкой, в которой соединяются место и время, и менталитет в сочетании с эпохой находят отражение в этом жанре.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тугендхольд Я. А. Из истории западноевропейского, русского и советского искусства : избранные статьи и очерки / Я. А. Тугендхольд; сост. Т. П. Каждан. – Москва : Советский художник, 1987. – С. 157.
2. Никифорова И. Реклама как отражение эпохи / И. Никифорова // Третьяковская галерея. – № 2. – 2011. – С. 49.
3. Никифорова И. Реклама как отражение эпохи / И. Никифорова // Третьяковская галерея. – № 2. – 2011. – С. 53.
4. Тугендхольд Я. А. Из истории западноевропейского, русского и советского искусства : избранные статьи и очерки / Я. А. Тугендхольд; сост. Т. П. Каждан. – Москва : Советский художник, 1987. – С. 156.

5. Martin M. Trois siècles de publicité en France/ M. Martin. – Paris, Odile Jacob, 1992, – 430 p.
6. Sampson H. History of Advertising from the earliest times/ Sampson H. – London, 1874. – P. 608.
7. Тулупов В. В. Газета : маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / В. В. Тулупов. – Воронеж : Издательство «Кварт», 2001. – С. 167.
8. Никифорова И. Реклама как отражение эпохи / И. Никифорова // Третьяковская галерея. – № 2. – 2011. – С. 53.
9. Апраксина-Сырская Е. А. Первый этап развития английского плакатного искусства / Е. А. Апраксина-Сырская // Современные научные исследования и инновации. – Август 2012. – № 8. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2012/08/16344>
10. Портер Р. Происхождение британских клубов, или потребность в приятельстве / Р. Портер // Интеллектуальный форум – 2000. – Режим доступа: http://yuri-kolker.narod.ru/articles/IForum_Clubs.htm
11. В Москве прошла выставка старой английской рекламы. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/netvert/v-moskve-proshla-vystavka-staroj-anglijskoj-reklamy-126955/>
12. Никифорова И. Реклама как отражение эпохи / И. Никифорова // Третьяковская галерея. – № 2. – 2011. – С. 54.

*Воронежский государственный университет
Пивоварова М. И., аспирант кафедры рекламы и дизайна
факультета журналистики
E-mail: maria-pivovarova@yandex.ru*

*Voronezh State University
Pivovarova M. I., Post-graduate Student of the Advertising
and Design Department
E-mail: maria-pivovarova@yandex.ru*

ИГРА В ДЕТСКОМ РАДИОВЕЩАНИИ: ПОНЯТИЕ ИГРОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

О. В. Пинчук

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 4 июня 2014 г.

Аннотация: в статье рассматриваются игровые элементы, присущие детскому радиовещанию. Игра рассмотрена как основная форма деятельности ребенка. Приведена попытка классификации игровых элементов на детском радио.

Ключевые слова: детское радиовещание, игра, игровой элемент.

Abstract: this paper proposes the elements of game specific to children's broadcasting. The game is considered as the basic form of the child's behavior. Shows the attempt to classify the game elements for children's radio.

Key words: children's broadcasting, game, elements of game.

Не секрет, что детские СМИ предъявляют особые требования к организации и подаче материала. Журналист должен понимать свою важную социальную задачу. «Ориентация на конкретную возрастную категорию читателей определяет главные аспекты редакторской политики – развитие и воспитание своего читателя. Детское издание должно соответствовать морально-этическим нормам, поскольку под влиянием чтения формируется отношение ребенка к своим поступкам, осуществляется оценка поведения других людей» [2].

Однако самым детям неважно, насколько познавательна и поучительна статья в журнале или передача на радио – если не завладеть их вниманием, они переключатся на более интересный вид деятельности. Значит, нужно что-то еще кроме дидактики. Мы считаем, что детские СМИ отличаются наличием (а часто и главенствованием) в ней игровых элементов.

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

Основным нашим исследовательским интересом является детское радио. В данной статье мы рассмотрим детские радиопрограммы с точки зрения наличия в них разных игровых элементов. Радио охватывает все группы детей, включая дошкольников, которые еще не умеют читать, что также способствует полноте картины. Кроме того, радиопередачи не передают зрительный образ, а используют гораздо больший набор специфических игровых элементов, чем визуальные и печатные СМИ.

Традиционно детские издания разделяют на 4 типа:

- для дошкольников;
- для младших школьников;
- для подростков;
- для старшеклассников [9].

Издания для дошкольников характеризуются единой темой, ограниченным числом действующих лиц и предметов, динамичностью, непродолжительностью. Ведущему потребуются приложить неимоверные усилия, чтобы суметь удержать внимание самых юных слушателей относительно долгое время. Обычно радиопередачи для малышей длятся не более 15 минут. «Специфика радио позволяет включить дошкольников в состав аудитории как ее равноправную и активную часть. Хотя ребята в этом возрасте еще не умеют ни читать, ни писать, они уже способны самостоятельно воспринимать услышанную информацию и создавать в своем воображении реальные образы действующих лиц» [10].

Издания для младших школьников также используют игровые элементы. Однако в передачах для этой группы аудитории характерны разветвление сюжета, наличие различных персонажей. Именно младшим школьникам адресовались советские передачи, в которых нужно было додумать рассказанную ведущим историю и прислать в редакцию свой вариант.

Подростки уже имеют определенные интересы: кто-то после школы идет в шахматную секцию, кто-то собирает ракету из подручных материалов. Передачи для них имеют широкую тематику, от биологии до астрологии. При этом, «как отмечают психологи, среднему школьному возрасту свойственно критическое отношение к художественным произведениям, стремление самостоятельно разобраться в них. Быстрое умственное развитие детей, обилие информации способствует появлению у многих из них ошибочного мнения, что они все знают, что к суждениям старших можно относиться несколько иронически» [6]. Главная задача ведущего – научить ребят прислушиваться к чужому мнению, уметь выстроить аргументированную позицию, помирить подростка

с окружающей действительностью. Это успешно проделывал Архип Архипыч «В стране литературных героев», внимательно выслушивая резкие поспешные выводы мальчика Гены и помогая ему взглянуть на ситуацию с другой стороны.

«В возрасте от 16 до 18 лет завершается психическое и физическое созревание личности, формируется социальная готовность, гражданская ответственность; можно сказать, что именно в этот период размываются барьеры между детским (юношеским) и взрослым возрастом. Теперь чтение прессы становится одним из способов формирования базы знаний, которая развивается в информационную культуру личности, в этот же период проявляются склонности к той или иной сфере деятельности, и это также определяет особенности читательского выбора» [2]. То есть радиопередачи для старшеклассников мало чем отличаются от «взрослых» по тематике, охвату тем, аналитичности.

И каждая из перечисленных групп периодики обладает своим набором специфических игровых элементов. Сразу оговоримся, речь здесь идет не об игре как таковой, а об игровых элементах. Психологи утверждают, что игра все-таки понятие межличностного общения, то есть ведущий, находясь за много километров от ребенка, не может стать действующим лицом индивидуальной игры слушателя. Однако использовать игровые элементы должен, иначе юная аудитория выключит приемник.

И. А. Руденко замечает при этом, что игровые элементы чаще используются в передачах для малышей. «Ведь и в младшем школьном возрасте игра как тип деятельности, характерной для дошкольников, не исчезает, а приобретает лишь новое содержание и новые формы» [10].

Д. Б. Эльконин подробно рассматривает психологию детской игры. Он говорит о том, что игра в жизни ребенка перестает быть таковой, когда становится реальным занятием. Так, дети различных племен изготавливают маленькие, «игрушечные», луки, из которых можно стрелять. В ходе развлечения – стрельбы по камням, крупным мишеням, – ребенок осваивает навык добывания пищи. Когда он возьмет в руки настоящий лук, он уже будет способен им пользоваться. По мере развития цивилизации увеличивается время взросления ребенка, меняются игрушки, однако основной мотив остается прежним. «Игра же выступает как деятельность, имеющая ближайшее отношение к потребностной сфере ребенка. В ней происходит первичная эмоционально-действенная ориентация в смыслах человеческой деятельности, возникает сознание своего ограниченного места в системе отношений взрослых и потребность быть взрослым» [12].

«Народная педагогика учит, что нет детей ни к чему не способных. Если таковые имеются, то не

найденная сфера практического или теоретического применения ума: игра помогает это сделать, поэтому она представляет собой нечто стоящее над нормативной культурой. Если культура – это признание нормы, то игра – непризнание нормы» [4]. Таким образом, игра является универсальным средством привлечения внимания аудитории. В распоряжении ведущего детской радиопередачи оказывается целый набор игровых элементов. О них говорили Т. В. Лебедева, И. А. Руденко, однако мы не нашли сколько-нибудь внятной классификации данных структур. Основной целью данного исследования является попытка выявить и проанализировать игровые элементы, присущие детским радиопередачам на примерах существовавших в советское время программ. Оценить данное явление на современном материале не представляется возможным из-за недостаточного количества детских радиостанций и передач.

1. РАДИОДРАМАТУРГИЯ

Пьесы и театральные постановки с начала создания массового радиовещания занимали почетное место в эфире. Уже в самом выражении «игра актеров» можно увидеть основной вид игровых элементов радиовещания. При этом драматургия для детей разительно отличается от передач для взрослой аудитории. Не случайно многие пьесы и спектакли для детей стали классикой жанра, притчей во языцех. Одной из первых встала на место режиссера радиоспектаклей Роза Иоффе. Она создала большое количество серьезных произведений. Однако, как признают современники, «особым достижением радиотеатра Розы Иоффе остается, пожалуй, поставленный для Николая Литвинова «Буратино», где в помощь талантливому актеру режиссер призвала радиотехнику. «Фокусы» с ней, дополненные музыкальностью и уникальным разнообразием интонаций, которыми был одарен Николай Литвинов, породили нечто небывалое в радиотеатре» [7]. Записи и перезаписи того «Буратино» слушают и сегодня.

Кроме того, в радиодраматургии важная роль отводится подбору актеров, вернее, их голосов, которые и рисуют картины в воображении юных слушателей. «В детском радиотеатре состоялась премьера – «Каштанки» А. Чехова с участием ведущих артистов МХАТа А. Грибова и В. Качалова. Описательно-повествовательные места рассказа были доверены Качалову. Манера его чтения очень проста: никаких излишеств в смысле звукового подчеркивания отдельных слов и фраз. Оказалась очень кстати настоящая строгость хорошо выверенных интонаций мастера» [1]. Эта запись также стала классикой жанра.

Очень важен в детской постановке и шумовой фон. Это взрослый человек знает, как звучит бегу-

щий ручей, ребенку же нужно дать подсказки-звуки. Очень щепетилен в этом отношении был Р. Я. Плятт. «Рассказывают, что режиссёр долго не мог найти подходящего шума для одной из передач «Клуба знаменитых капитанов»: волна должна была ударяться о борт судна, пересекать палубу и с шумом сбрасываться в море с другого борта. Все фонотечные шумы были слишком однообразными: волны то монотонно бились о скалы, то ласково лизали прибрежный песок. Запись пришлось отложить. На следующий день Ростислав Янович явился в студию в необычном виде: на довольно широкой талии, как балетная пачка, топорщилась автомобильная камера. Он, покачиваясь и довольно улыбаясь, ходил вокруг микрофона, а налитая в камеру вода производила точно такой звук, какой был нужен для записи» [5].

Особым разделом радиодраматургии на детском вещании является сказка. «Спрессованный столетиями человеческий опыт воплотился в сказке, превратив её, таким образом, в некоторую формулу, знак социальных отношений между людьми, отражающую, в известной мере и определённым образом, ту или иную эпоху во времени» [11].

2. КОНКУРСЫ И ВИКТОРИНЫ

Они наиболее популярны в передачах, адресованных подросткам и старшеклассникам. Конкурсы и викторины проводились неоднократно и были весьма эффективны. В редакции приходили тонны писем от ребят со всей страны. Так, передача для сельских школьников «Земля и наследство» провела конкурс на лучший рассказ о человеке, который помог автору письма выбрать профессию, определить свое место в жизни.

Интересен опыт «Пионерской зорьки»: в 1982 году передача объявила конкурс, по условиям которого советские школьники должны были прислать в редакцию памятные подарки друзьям. Конкурс был приурочен к IX слету пионеров-тельниковцев в ГДР, и ребятам нужно было нарисовать открытку, написать поздравление, подготовить альбомы с фотографиями, рассказывающие о дружбе с германскими пионерами. В радиогазете звучали очерки и зарисовки об истории, традициях, культуре ГДР, у микрофона выступали немецкие школьники. Данный конкурс способствовал межнациональному сближению, укреплению дружбы между пионерами разных стран.

Конкурсную основу имеет также передача «Клуб знаменитых капитанов». В каждой передаче давались различные задания на знание географии. Присланные ответы оценивались ведущими передачи, результат ребенка заносился в специальный «путевой дневник». Те, кто набирал наибольшее количество правильных ответов, награждались книгами, дипломами, похвальными грамотами.

3. РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТА

Игровой элемент, предполагающий попытку поставить себя на место другого, увидеть мир с другой точки зрения. Причем сделать это в проблемной ситуации, где сталкиваются различные интересы, абсолютно разные люди. Наиболее востребованы такие передачи старшеклассниками и отчасти подростками. Ведь малыши только познают чувственный мир, ребята постарше уже стремятся в нем разобраться, понять свои ощущения. Основным игровым элементом разрешение конфликта было в радиоклубе «Ровесники». Для него «характерны острая, подчас полемическая постановка вопросов, столкновение различных точек зрения. А разрешение конфликта происходит обычно путем выбора наиболее убедительной аргументации, логичных выводов. В «Ровесниках» поднимаются учебные и трудовые, этические и эстетические проблемы, близкие уму и сердцу молодежи» [10]. О темах, обсуждаемых старшеклассниками говорят уже сами названия выпусков: «О любви», «О долге», «О совести». Ребята стремятся познать окружающий мир, глубже понять сферу человеческих взаимоотношений, обсудить моральные и нравственные проблемы современного общества. Отвечая на вопросы ведущих, присылая письма с рассказом о проблемах, отвечая на зачитанные в эфире истории других, школьники тем самым участвуют в процессе подготовки следующих передач, придумывают их темы и названия. В конечном итоге слушание радио приобретает черты личного творческого процесса, духовно обогащающего личность.

С некоторой долей условности передачу «В стране литературных героев» также можно отнести к направленной на разрешение конфликта. Один из ведущих, мальчик Гена, благодаря своим необдуманным, скоропалительным высказываниям попадает в трудные ситуации. Помогает разобраться в них профессор Архип Архипыч. В одной из передач Гена попадает на бал к Фамусову, где оказывается в положении Чацкого и вынужден выступить в его защиту, хотя его моральные установки отличаются от взглядов героя комедии.

4. «ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ»

В отличие от конкурсов и викторин, этот игровой элемент не обязательно предполагает отсылку результата работы в редакцию. Часто ребенок выполнял работу для себя, проверяя силы и знания. Домашнее задание как элемент передачи советским радио использовался достаточно часто, причем независимо от возрастной группы целевой аудитории. Так, в редакцию «Угадай-ки» дошколята должны были прислать рисунки-ответы на загадки. Несмотря на то что программа предполагала выполнение задания во время прослушивания эфира, ребенок мог не успеть закончить картинку, отвлекаясь, в кон-

це концов, решить оставить у себя самое удачное творение.

Передача «Путешествие по любимой родине» предлагала школьникам географические диктанты. Слушатель часто стеснялся отсылать свои ответы в редакцию, однако при этом охотно проверял свои знания во время следующего эфира.

Одним из вариантов домашнего задания были передачи с отрывком финалом, додумать который должна была юная аудитория. Дошкольникам адресовалась программа «Доскажи сказку». Фантастические образы в ней смешиваются с реальными, жизнь дополнялась воображением, и вот ребенок переносился в волшебный мир, где он волен направить героев туда, куда ему вздумается.

Для ребят постарше существовала передача «Найти решение», где шел диспут о фантастических проектах в различных областях науки и техники. Так, в форме рассказа задавалась проблема, которую не могли решить действующие лица. Додумать финал, найти выход из ситуации и прислать решение в редакцию мог любой желающий. Письма обсуждались видными деятелями науки: археологами, океанологами, инженерами и т. д.

5. ИГРОВАЯ ФОРМА ПОДАЧИ МАТЕРИАЛА, ДИАЛОГ ВЕДУЩИХ

«Диалог эффективен только тогда, когда возникает равноправие сторон, участвующих в общении. Именно такое равноправие реализует существенный признак диалога – рождение дополнительных смыслов текста, возникающих в процессе коммуникации. Формы диалога различны – от внутреннего диалога (самопознание и преодоление внутренних противоречий) до диалога с миром (выявление сущностных закономерностей бытия)» [3].

Часто диалогичность сама по себе способствует появлению дополнительных игровых элементов в детских радиопередачах, где сам диалог имеет особенности. И. Пименова называет его инспирирующим диалогом. У него 2 основных качества:

- юный зритель реально участвует в передаче;
- видит на деле плоды своего участия, реально влияет на развитие передачи.

Метод инспирирующего диалога, продолжает исследователь, предполагает не только уважительное отношение взрослого-ведущего к детям, но и серьезную реакцию на их мнения, оценки, рассуждения, каждое из которых не может остаться без ответа. «Наконец, метод инспирирующего диалога предполагает знание и использование таких особенностей детской психики, как склонность к стихийному объединению в группы, стремление к подражанию образцам, страсть к секрету, тайне, атрибутике (отсюда популярность разного рода обществ, союзов, клубов со своей символикой, уставом, героями и т. д.)» [8].

И. А. Руденко также считает, что важная роль отводится ведущему передачи. Уже в первой регулярной передаче для школьников – радиожурнале «Малыш» – сказочный Петрушка выступал в роли конферансье, рассказывал интересные истории, читал письма от ребят, рассматривал детские рисунки.

«Радионяня» как обращенная к детской аудитории также использует игровые элементы, что неудивительно: образовательная, обучающая передача без этого просто не может существовать. Мудрый и опытный Николай Литвинов беседует со своими помощниками, которые всюду допускают ошибки, то у них портфель не застегивается, то «самый красивый» цветок распускается. Указывая собеседникам на ошибки, Николай Литвинов заодно объясняет сложные правила русского языка и каждому юному слушателю.

Взаимодействие учитель-ученик также свойственно передаче «В стране литературных героев», о которой шла речь выше.

Передача «КОАПП» также имела своеобразную форму ведения. Сова, Кашалот, Мартышка и Стрекоза начинают разговаривать о каком-либо предмете, их разговор постепенно переходит в научный спор – не такой, в котором кидаются оскорблениями и посудой, а где доказывают свою точку зрения. В легкой, игровой форме школьники получали уникальные знания о мире животных и растений, новейших достижениях бионики, экспериментальной биологии, этологии.

«Путешествие по любимой Родине» вели юнга Захар Загадкин и корабельный кок Антон Камбузов. Каждый из них задавал аудитории загадки, переговариваясь между собой. Обратим внимание на говорящие фамилии этих персонажей. Захар Загадкин читает географическую новеллу-загадку, а корабельный кок добавляет еще две-три – попроще.

Нельзя не сказать также и о «Клубе знаменитых капитанов». Ведущие здесь интересны тем, что являются литературными персонажами различных произведений. Собравшись вместе, путешественники и мореплаватели рассказывали о своих приключениях, и вновь попадали в неожиданные ситуации, где им нужно было решить сложные задачи.

ВЫВОДЫ

Советские радиопередачи активно использовали игровые элементы. До сих пор многие исследователи считают, что это было золотое время детского радиовещания.

И. А. Руденко в 1984 году возлагала на игровую форму подачи материала большие надежды: «В современном детском радиовещании тенденции широкого использования традиционных и новых игровых форм обозначились особенно явно. Богатейшие возможности современной радиотехники позволяют журналистам, режиссерам, операторам

рам, исполнителям открывать новые приемы и выразительные средства, создавать новые формы передач для детей всех возрастов, обладающие высоким воспитательным и образовательным потенциалом» [10]. Этот тезис действенен и сегодня.

Казалось бы, технические возможности современного радио неограниченны. С появлением компьютера отпала необходимость перезаписывать определенным образом движущуюся пленку (медленно – густой бас, быстрее – тоненький фальцет), вырезать и склеивать куски при монтаже. Все это делается одним кликом «мышки».

Однако сегодня в эфирном пространстве существует только одна сколько-нибудь значимая и сильная детская радиостанция: «Детское радио». Рассчитана она на дошкольников и младших школьников, а значит, старшая половина детской аудитории не получает полезной, познавательной информации. Целевая аудитория единственной радиостанции слышит программно обработанные, неестественные голоса, кривляния непонятно кем придуманных героев.

При этом большинство советских передач сегодня существуют в записях, но в эфире звучат крайне редко. Мы считаем, что внимательное их изучение и усвоение колоссального опыта старой школы может вернуть качественное детское вещание в современный эфир.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаг Н. А. Радиодраматургия : основные принципы и законы создания программ / Н. А. Гаг // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. – 2010. – № 2 – С. 166.
2. Капустина Г. Л. Детская периодика сегодня: к вопросу о целевой аудитории / Г. Л. Капустина // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, май 2012 г.). – М. : Ваш полиграфический партнер, 2012. – С. 93–96.
3. Кудинова Л. В. Специфика взаимоотношений СМИ с аудиторией / Л. В. Кудинова // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. – 2008. – №1. – С. 202.
4. Кулемзин В. М. Игра в жизни и жизнь в игре / В. М. Кулемзин // Вестник Томского государственного университета. – Томск, 2003. – № 276. – С. 164–166.
5. Лебедева Т. В. Детское радио: от расцвета до...заката? / Т. В. Лебедева // Актуальные проблемы телевидения и радиовещания. – Воронеж : ВГУ, 2008. – С. 114–130.
6. Лебедева Т. В. Формы детских радиопередач и методы работы над ними. Вопросы теории и практики / Т. В. Лебедева. – Свердловск, Уральский гос. ун-т, 1981. – С. 94.
7. Ляшенко Б. П. Радио без тайн : Рассказ неизвестного диктора / Б. П. Ляшенко. – М. : Искусство. – 1990 – 223 с.
8. Пименова И. Диалог равных / И. Пименова // Телеэкран приглашает детей. – М. : Искусство, 1976. – С. 144–145.
9. Руденко И. А. Детская и юношеская пресса / И. А. Руденко // Типология периодической печати / [под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской]. – М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 193–201.
10. Руденко И. А. Игровые формы в радиовещании для детей / И. А. Руденко // В диапазоне современности: тенденции развития радио в современном мире. Сборник статей / [сост. В. П. Зверев, В. Н. Ружников]. – М. : Искусство, 1984. – С. 76.
11. Шурхаев А. И. Комическая сказка как публицистический прием адаптации фоновых возможностей аудитории / А. И. Шурхаев // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 245–251.
12. Эльконин Д. Б. Психология игры / Д. Б. Эльконин. – 2-е изд. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 360 с.

*Воронежский государственный университет
Пинчук О. В., аспирант кафедры телевизионной и радиожурналистики
E-mail: prosto-belka@yandex.ru*

*Voronezh state University
Pinchuk O. V., Post-graduate Student of the Television and Radio Journalism Department
E-mail: prosto-belka@yandex.ru*

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ОБЩЕСТВО

В. Ф. Познин

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 31 января 2014 г.

Аннотация: современные цифровые технологии, используемые в различных средствах коммуникации и массовой информации, все больше влияют на жизнь общества. Причем, что характерно, сегодня, благодаря новым технологиям, доминирует индивидуальный характер получения информации. В результате новые медиатехнологии способствовали, с одной стороны, расширению сегмента «массовой культуры», а с другой – дроблению единой культуры на большое количество субкультур. Другая проблема экранной культуры в целом состоит в том, что развитие технологий, используемых при создании аудиовизуального продукта (АВП), пока что явно опережает его творческую, креативную составляющую.

Ключевые слова: цифровые технологии, мультимедиа, экранная культура, Интернет.

Abstract: modern digital technologies used in various means of communication and mass media have constant influence on all spheres of social life. It's important that new technologies determine individual character of obtaining information. The other result of introducing new technologies in mass media is, on one hand, the expansion of the segment of «mass culture» and, on the other hand, appearance of a large number of subcultures. As regards the interplay between technology and screen arts at the present moment digital technologies are clearly ahead of the creative process.

Key words: digital technologies, multimedia, screen culture, Internet.

Человечество, в течение двенадцати веков писавшее птичьими перьями, всего лишь за 150-200 лет совершило гигантский скачок в освоении новых средств фиксации и передачи сообщений, создав телеграф, телефон, радио, кино, телевидение. Появление же в конце XX века электроники и компьютерных технологий не только резко увеличило скорость передачи информации, но и характер обмена информацией. Последние полвека человек, не выходя из дома или офиса, может воспринимать ту аудиовизуальную информацию, которую раньше мог получить, лишь прийдя в театр, кинозал или на стадион. То есть, благодаря новым технологиям, все шире внедряется индивидуальный способ потребления экранной культуры самыми различными способами.

Первую модель индивидуально получаемой аудиовизуальной информации продемонстрировал гениальный Томас Альва Эдисон 125 лет назад, когда, используя изобретенную Джорджем Истменом целлулоидную перфорированную фотопленку, он создал аппарат под названием кинетофонограф. Зритель впервые смог получить самую настоящую аудиовизуальную информацию, т. е. демонстрируемые Эдисоном киноролики сопровождалась практически синхронным звуком, производимым фонографом. Но воспринимать изображение можно было, лишь прильнув глазом к окуляру кинетоскопа. То есть потребление звукозрительной информации

носило в данном случае сугубо индивидуальный (и в то же время массовый – подобно чтению отпечатанной большим тиражом книги) характер.

Спустя шесть лет после появления кинетофонографа братья Люмьер, подхватив идею Эдисона, пустят луч проектора на большой экран и превратят синематограф уже в средство массовой информации, воздействующее одновременно, подобно театру, в одном месте на большое количество людей.

Сегодня же, на новом витке технического прогресса, экранная культура, благодаря появлению новых коммуникационных технологий, фактически возвращается к эдисоновскому, т. е. индивидуальному способу получения аудиовизуальной информации. Мало того, если еще совсем недавно телезритель действительно был «коллективным надомником», получавшим одну и ту же информацию в одно и то же время, то Интернет оказался способен доставить аудиовизуальную информацию практически в любое место и в любое удобное для потребителя время.

На наших глазах носители аналоговой информация (грампластинки, магнитная звуковая и видеозапись, фото- и кинопленка) ушли или уходят в прошлое. Цифра решительно вытесняет все иные виды информации. На последних международных кинофестивалях показ шел уже не с кинопленки, а исключительно с цифровых носителей (хотя надежность и длительность хранения цифровой информации, в отличие от всякой другой, пока еще не проверены временем).

Но главное – процесс получения информации и обмена ею с помощью новых технологий с каждым годом охватывает все большее количество людей. В результате радио, телевидение, Интернет оказывают огромное влияние на культуру, образование, воспитание и на формирование ценностных установок и образцов поведения, в значительной степени формируя восприятие нами окружающего мира.

Несомненно, положительным моментом развития цифровых компьютерных технологий стало то, что они резко ускорили и расширили процесс получения и обмена информацией. Благодаря Интернету пользователи его получили доступ к самым различным базам данных, но и приобрели возможность интерактивного взаимодействия с пространством Всемирной сети и с другими участниками информационного обмена. Каждый индивидум сегодня может быть одновременно и получателем, и отправителем информации, что обеспечивает высокую степень комфорта использования информации в самых различных областях человеческой деятельности. И, кроме всего прочего, Интернет обеспечил человеку свободу выбора.

Однако негативных последствий внедрения в жизнь новых технологий оказалось не меньше. Во-первых, бесконтрольность информационных потоков в пространстве Интернета привела к тому, что поставщики информации получили возможность давать сообщения, не соответствующие действительности, выкладывать информацию, способную нанести вред обществу и индивидууму, и т. п. Во-вторых, привыкание пользователя к ежедневному многочасовому существованию в пространстве Интернета становится нередко сродни наркотической зависимости, отторгая человека от реальной жизни, вплоть до аутизации и сужая круг его интересов до тех лишь событий, что происходят в виртуальном пространстве.

Воздействие компьютерных технологий, включая компьютерные игры, особенно сказывается на неокрепшем детском и молодежном сознании. Как показало тестирование в США, ученики, наиболее активно пользующиеся компьютером, проявляют ограниченную способность к креативному мышлению, в частности, к умению создавать собственные визуальные образы или идеи. Исследования показали также, что и молодые люди, активно пользующаяся получением данных посредством компьютерных технологий, теряют способность надолго запоминать новое, а также прочно помнить старое, то есть отучаются эффективно пользоваться своей краткосрочной и долговременной памятью – ведь память, как и мышцы, нуждается в постоянной тренировке. Вероятно, и та путаница в мозгах, которую все чаще демонстрируют наши абитуриенты и студенты, – не только результат современного школьного образования, но также и компьютерной

зависимости, усиливающей характерную для нашего времени переизбыточность информации.

С каждым десятилетием наш мир все более усложняется. Развиваются новые технологии, возникают новые профессии, появляются новые вещи, новые понятия. Естественно, наша психика испытывает при этом возрастающие нагрузки. Перед сложностью окружающих его явлений и событий человек часто теряет ощущение единства мира и начинает воспринимать окружающую его действительность как серию постоянно мелькающих перед его глазами слайдов или клипов. Это ощущение еще больше усугубляется телевидением и Интернетом, которые, создавая впечатление единого пространства и времени, на самом деле дают зрителю/пользователю фрагментарную, точечную картину явлений и фактов.

Профессор калифорнийского университета Роберт Росен отмечает, что молодое поколение, выросшее в эпоху цифровых технологий, предпочитает и новую, «цифровую эстетику». В новом мире, где нас повсюду окружают экраны, любое аудиовизуальное творчество воспринимается уже как своего рода мультимедийный коллаж. На первое место выходит многослойный нелинейный сюжет, развивающийся к тому же в быстром темпе и построенный на чередовании фрагментов. Такое восприятие объясняется, вероятно, пониженной у современного зрителя концентрацией внимания и привычкой к клиповому монтажу [1].

Можно предположить также, что и возросшая в обществе агрессивность поведения в известной степени объясняется непрерывной сменяемостью информации на телевидении и в сетях Интернета, не говоря уже об эпизодах насилия и агрессивности, которыми заполнено не только телевидение (сегодня даже развлекательные и юмористические передачи нередко содержат элемент агрессивности), но и компьютерные игры и интернетовские видеоблоги [2], ведь аудиовизуальная информация воздействует на психику человека гораздо сильнее, чем любая иная.

И, наконец, порожденная новыми технологиями индивидуализация потребления информации, о которой было сказано выше, способствует тому, что реальные связи человека в социуме все больше сводятся к минимуму. Люди гораздо реже посещают библиотеки и читальни и реже ходят в кино, предпочитая смотреть тот или иной фильм дома, в Интернете или даже в метро или электричке. Да и общаемся мы друг с другом все больше в той же Всемирной сети, либо через мобильные телефоны. И если телевидение имеет по-прежнему более-менее четкий алгоритм вещания, то пользователь Интернета волен сам выбирать то, что его интересует в данный момент, формируя таким образом свою картину мира, отчасти опираясь при этом на мнения

друзей или медийных авторитетов. В результате в пространстве Интернета создается большое количество субкультурных сообществ со своей мифологией, своими кумирами и своими социокультурными кодами.

Телевидение же, столкнувшись с мощной информационной конкуренцией в лице Интернета, с одной стороны, начинает осваивать интернет-ресурсы как способ распространения и хранения там собственной продукции, а с другой – все чаще использует извлеченный из Интернета аудиовизуальный продукт как способ привлечения к телеэкранам массовой аудитории. Сегодня в телевизионных программах можно постоянно видеть популярные интернетовские видеоблоги, сюжеты для рубрики «Мобильный репортер», заимствованные, как правило, из того же Интернета, и т. п.

Нарастающая конкуренция между Интернетом и телевидением заставляет владельцев телеканалов использовать для привлечения аудитории средства, усиливающие эмоциональное воздействие на аудиторию. Современное телевидение нередко привлекает публику подобно тому, как ее зазывали раньше на площадные представления – громким криком, кривлянием, обещанием показать чудеса, удивительные феномены, различные щекочущие нервы сцены или то, что раньше считалось неприличным прилюдно показывать. Все это не может не сказываться на восприятии человеком не только аудиовизуальной информации, но и жизненных явлений.

Исследователи высшей нервной деятельности человека, говоря о «запредельном торможении», имеют в виду ситуацию, когда нейроны, получая сверхсильные раздражители, начинают блокировать ответную реакцию на такие сигналы. Подобного рода торможение имеет в этом случае защитное свойство, поскольку предохраняет нервные клетки от истощения, то есть носит охранительный характер [3]. Таким образом, когда ток-шоу и иные телепрограммы начинают подавать информацию в эмоционально форсированном режиме, усиливая сигналы, способные пробудить зрительское восприятие, это нередко приводит к обратному эффекту – к угасанию зрительского эмоционального сопереживания. Либо, что еще хуже, к пробуждению у неадекватных личностей желания получать все более острые ощущения – и не только с экрана, но и в жизни.

Вполне обоснованная тревога заинтересованных в сохранении и подъеме национальной культуры людей обусловлена тем, что так называемая экранная культура воздействует не на узкую аудиторию, а на самые широкие слои населения.

Сегодня экранная культура представлена в основном «массовой культурой», заполонившей кинотеатры и почти все телеканалы. Воздействие ее сказывается прежде всего на молодежи, которая в большинстве своем не имеет в наши дни ни эсте-

тической, ни общекультурной подготовки, а потому беззащитна перед энергичным натиском псевдокультуры, количество которой, благодаря новым технологиям, увеличивается с каждым годом.

«Публика – это ребенок, всегда готовый смотреть все, что его развлекает, будь то прекрасное произведение или глупая безделка, – писал в середине прошлого века замечательный французский кинорежиссер Рене Клер. – Как может эта податливая масса, в которой никто не пытался пробудить и развить чувство критики, защититься против тлетворного влияния «развлечений», которые фабрикуются для нее по самым низкопробным рецептам? Когда мы слышим, как говорят: «Чего вы еще хотите? Мы даем публике то, что ей нравится...», то мы думаем, что это оправдание уже само по себе является осуждением для тех, кто его приводит». И, заключая свой пассаж, направленный против повсеместного насаждения глупости и пошлости через средства массовой информации, Р. Клер восклицает: «Разве стимулировать умственное развитие народа менее важно, чем оберегать его телесное здоровье?» [4].

Бурное развитие технологий, производящих аудиовизуальный продукт (АВП), давно отринуло подобные рефлексии относительно воспитания вкусов и стимулирования умственного развития. Когда культура не поддерживается в должной мере государством, она неизбежно вынуждена ориентироваться на рыночный спрос. А чтобы доход был максимальным, технология изготовления АВП должна быть упрощена и стандартизирована. В отличие от культуры традиционной, имеющей дело со «штучным товаром», массовая культура, подобно огромной фабрике, должна «гнать» продукцию изо дня в день, что не может не сказываться на конечном результате. «Массовая культура» – это производство псевдохудожественного продукта в соответствии с определенными стандартами и требованиями определенного воздействия. И именно потому, что производство доминирует над творчеством, «массовая культура» легко подчиняется шаблонной и технологической программе» [5]. То есть в данном случае безотказно срабатывает закон рынка, сформулированный еще героем комедии А. С. Грибоедова, – «числом поболее, ценою подешевле». В результате, в современном аудиовизуальном продукте чаще всего доминирует нарративное, повествовательное начало – на поиск художественных средств у создателей АВП, как правило, нет ни времени, ни денег. По той же причине на телевидение постоянно растет число всевозможных ток-шоу, поскольку технология изготовления подобного рода АВП гораздо проще и дешевле. И телесериалы делать гораздо выгодней, чем отдельные фильмы: каждая серия снимается в среднем за неделю, в то время как на съемки фильма уходит минимум полгода и требуется гораздо больше средств.

«Массовая культура» во имя «общедоступности» замещает эстетическое наслаждение и работу души примитивным удовольствием, бездумным развлечением, освобождает потребителя от сильных и глубоких переживаний и интеллектуального напряжения. Она дает не познание, а иллюзию познания, либо выдает за научное познание откровенную небывальщину (достаточно посмотреть на РенТВ программы «Территория заблуждений» или «Тайны мира», а на НТВ – цикл «Таинственная Россия») и порой действует как наркотик, «подсаживая» зрителя на очередной сериал или телепрограмму.

Другим следствием технологического прорыва, сопровождаемого упрощением и ускорением производства АВП, стал переизбыток информации, особенно информации в визуальной, аудиальной и аудиовизуальной форме – как на бытовом уровне (миллионы фотоснимков, сотни тысяч видеоблогов, SMSок и т. п.), так и на уровне всевозможных СМИ (десятки радиостанций и телеканалов, интернет-порталов и т. п.). Результатом этого явилось невольное отторжение пользователем информации, требующей напряженного внимания, запоминания или эстетического и эмоционального соучастия. Подобно тому, как человек, постоянно употребляющий мягкую пищу, приучает свои зубы и свой пищевод к наименьшим усилиям, так и зритель, постоянно воспринимающий экранный суррогат, не требующий особого напряжения для его восприятия и переработки, начинает невольно отторгать все новое и непривычное. А поскольку никто не готовит публику к восприятию произведений, требующих активного эмоционального и интеллектуального соучастия, то территория массовой культуры в таких условиях будет расширяться безгранично, сужая соответственно территорию истинной культуры до крошечного островка.

Творческие работники кино и телевидения, то есть та часть социума, что производит экранный продукт, тоже непрерывно ощущают на себе постоянное изменение технологий. Едва привыкнув к какой-то технике и формату, они вынуждены через несколько лет осваивать уже новые технологии и привыкать к новым условиям работы, что также не способствует активной генерации новых творческих идей. Сегодня прерогатива принадлежит инженерам и программистам, предлагающим творческим работникам все новые и все более совершенные виды съемочной техники, звукозаписи, обработки изображения и звука. То есть идеи технического характера пока что явно опережают креативные идеи творческих работников. За последние 20 лет было внедрено огромное количество новых технических средств: появились видеокамеры, работающие в формате HD, способные к тому же вести ускоренную и цейтраферную съемку; повысилась светочувствительность виде-

окамер; появились аккумуляторы и цифровые носители, позволяющих снимать непрерывно в течение нескольких часов; постоянно совершенствуются фотокамеры, осуществляющие высококачественную видеосъемку; минимизируются размеры видеокамер; в производстве широко используются самые разнообразные дистанционно управляемые операторские краны, мини-вертолеты и т. п.; повсеместно используется система стабилизации «стедикам» и т. п. В общем, в распоряжении создателей АВП оказались достижения технической мысли, дающие самые широкие возможности для творчества. Многие из того, что сравнительно недавно требовало немалых усилий (синхронная киносъемка, комбинированные киносъемки, съемка в реальных интерьерах, ночные съемки, воздушные и подводные съемки, съемка скрытой камерой и т. д.) сегодня делается легко, просто и быстро.

Но парадокс заключается в том, что если преодоление технических и технологических трудностей часто приводило к интересным творческим находкам, то использование почти безграничных возможностей современной съемочной техники свелось в основном к виртуозным съемкам и к совершенствованию спецэффектов. Вероятно, должно пройти какое-то время, чтобы создатели АВП начали использовать новые средства не как аттракцион, а как способ художественного выражения той или иной творческой идеи.

С другой стороны, следствием упрощения и доступности технологии производства информационного продукта стало то, что сегодня, параллельно с профессиональной журналистикой, в Интернете существует и развивается самостоятельная журналистика – и не только письменного, но и визуального и аудиовизуального характера. Как отмечают многие исследователи, в частности, Л. Канг, Р. Пикард и Р. Тоуз, именно цифровые технологии, сделавшие возможным подачу информации посредством такой медиаплатформы, как Интернет, определили во многом содержание информации (контент), а также форму ее подачи и новые стратегии продвижения и распространения информации мультимедийного характера [6].

Не стоит забывать и о том, что внедряемые в медийное пространство компьютерные технологии, находятся еще в самом начале своего развития. Тот же Интернет постоянно преподносит нам все новые и новые сюрпризы, вовлекая в глобальную сеть как уже существующие, так и совершенно новые, создаваемые на наших глазах потоки и виды информации.

Сегодня уже всем очевидно, что информационные технологии в XXI веке во многом определяют образ жизни человека и радикально трансформируют восприятие мира и способы межличностного общения. Возникшее, казалось бы, совсем недавно такое явление, как «социальные сети», уже охватывает милли-

оны пользователей, которые постоянно общаются между собой, делятся мнениями, выкладывают различную текстовую и изобразительную информацию. Социальные сети, благодаря своей многозадачности, выполняют не только развлекательную, информативную и социальную функции, но и терапевтическую, удовлетворяя желание пользователя Интернета поделиться своим мнением с окружающими и получить поддержку своему мнению.

Но, как показывает анализ, при этом «сегодня в соцсетях до 95 % информации – шлак. Например, в русском Twitter 7-8 млн аккаунтов. Живые из них – 1,1-1,5 млн, это те, кто вообще выходит в эфир. Из них 500-700 тыс. роботов. 4-5 млн сообщений в день на русском Twitter состоят только из перепостов. Люди ничего не добавляют от себя, они просто распространяют» [7]. Причем чаще всего информация, полученная пользователем из СМИ, носит забавный или скандальный характер.

Другая характерная черта сообщений, публикуемых в соцсетях, – стремление к краткости, а чаще всего к примитивности изложения. Как замечает Игорь Ашманов, «люди привыкают к очень короткому обмену информацией. Пост в Facebook сразу тонет, и найти в нем запись недельной давности нереально. Соцсети не предназначены для хранения контента <...> – пользователи помнят только то, что происходило сегодня или вчера. Возникает забывчивость. Аудитория быстро глупеет и становится легко управляемой» [8]. Действительно, если посмотреть комментарии по поводу текста, опубликованного каким-то известным человеком, или на очередное событие, то нельзя не заметить, насколько велико количество «комментов», откровенно неумных или носящих агрессивный, а то и оскорбительный характер.

Не стоит забывать и того, что людей с конформной психологией – большинство и что они, легко попадая под влияние тех или иных «медийных лиц»,

готовы некритично воспринимать любое высказанное этими лицами утверждение. Возникает мифологизм сознания, который объединяет те или иные интернетовские сообщества и делит общество на «своих» и «иных».

Кроме того, Интернет на наших глазах становится ареной для информационных войн, вброса дезинформации, создания вредоносных сайтов, мониторинга интернетовского контента. Возбуждавшая весь мир история со Сноуденом, поведавшим о системе глобальной слежки, осуществляемой США, лишний раз свидетельствует о том, что информационные войны приобретают все более изощренный и опасный характер. По данным Сноудена, существует 700 серверов глобальной системы тотальной слежки за любыми пользователями Интернета под названием XKeyscore, расположенных в 150 странах [9] (что неудивительно, поскольку интернетовские технологии, которыми пользуются все страны, в основном были разработаны в США). Но эта технологическая проблема заслуживает отдельного рассмотрения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Режим доступа: http://www.cinemotionlab.com/content/CINEMOTION_036_12_S.pdf
2. Режим доступа: http://azbyka.ru/tserkov/lyubov_i_semya/vera_i_deti2/rebenok_i_kompyuter_all.shtm
3. Режим доступа: <http://medicedu.ru/fiziologia/251-nervnaya-deyatelnost.html?showall=1>
4. Клер Р. Размышления о киноискусстве / Р. Клер. – М., 1958. – С. 148.
5. Райнов Б. Массовая культура / Б. Райнов. – М., 1979. – С. 107.
6. Kung L., Picard R.G., Towse R. The Internet and the Mass Media. Sage Publications Ltd. – 2008.
7. Забил я цифрой пушку туго. Беседа с И. Ашмановым. – Российская газета. – 2013. – № 109.
8. Режим доступа: <http://news.am/rus/news/166474.html>

*Санкт-Петербургский государственный университет
Познин В. Ф., доктор искусствоведения, профессор кафедры телерадиожурналистики
E-mail: poznin@mail.ru*

*St. Petersburg State University
Poznina V. F., Doctor of Art Criticism, Professor of the Television and Radio Journalism Department
E-mail: poznin@mail.ru*

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Вниманию иногородних авторов! Статьи, высланные по почте ценной бандеролью, к печати приниматься не будут. Статьи должны направляться простым письмом.

Журнал «Вестник Воронежского государственного университета» принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленных в виде полных статей, кратких сообщений, а также обзоры (по согласованию с редакцией). Опубликованные материалы, а также материалы, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

Полные статьи принимаются объемом до 40 000 символов с пробелами, краткие статьи – до 25 000 символов с пробелами.

Статья должна быть написана сжато, аккуратно оформлена и тщательно отредактирована.

Для публикации статьи авторам необходимо представить в редакцию следующие материалы и документы:

1) текст статьи, УДК, таблицы, рисунки и подписи к ним (на русском языке); аннотацию, ключевые слова, сведения об авторах: инициалы и фамилии, их должности, ученые степени, телефоны и адреса электронной почты (на русском и английском языках) в распечатанном виде (в 2 экз.);

2) файлы всех представляемых материалов на электронном носителе или по электронной почте редакции.

Статьи, направляемые в редакцию, подвергаются рецензированию и в случае положительной рецензии – научному и контрольному редактированию.

Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена в исправленном виде (в 2 экз.) вместе с ее первоначальным вариантом в максимально короткие сроки. К переработанной рукописи необходимо приложить письмо от авторов, содержащее ответы на все замечания и поясняющее все изменения, сделанные в статье. Статья, задержанная на срок более трех месяцев или требующая повторной переработки, рассматривается как вновь поступившая.

Плата с авторов за публикацию статей не взимается.

2. СТРУКТУРА ПУБЛИКАЦИЙ

Публикация статей, кратких сообщений и обзоров начинается с индекса УДК, затем следуют: заглавие статьи, инициалы и фамилии авторов, развернутые названия научных учреждений. Далее

приводятся: дата поступления материала в редакцию и краткие аннотации и ключевые слова – на русском и английском языках.

Список использованной литературы озаглавляется словом «Литература», нумеруется в порядке цитирования (а не по алфавиту).

В конце статьи помещается информация об авторах (место работы, фамилии, инициалы, ученая степень, должность, контактные данные – на русском и английском языках).

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСИ

Текст статьи должен быть напечатан через 1,5 интервала на белой бумаге формата А4, поля стандартные, размер шрифта – 14 (Times New Roman Cyr).

Все страницы рукописи следует пронумеровать. Формулы, рисунки, таблицы и ссылки на литературу нумеруются в порядке их упоминания в тексте. Каждая таблица должна иметь тематический заголовок.

Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках. Если ссылка на литературу есть в таблице или подписи к рисунку, ей дается порядковый номер, соответствующий расположению данного материала в тексте статьи. Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Рисунки прилагаются отдельно. Формат рисунка должен обеспечивать ясность передачи всех деталей. Подписуемая подпись должна быть самодостаточной, без апелляции к тексту. На обратной стороне рисунка следует указать его номер, фамилию первого автора, пометить, если требуется, «верх» и «низ». Полутонные фотографии (используются только при крайней необходимости) представляются на белой глянцевой бумаге, ксерокопии не принимаются.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ

Основной текст статьи должен быть представлен в формате Microsoft Word. Таблицы являются частью текста и не должны создаваться как графические объекты.

Электронная версия каждого рисунка должна быть оформлена как отдельный файл формата TIFF, JPEG, BMP, WMF, EPS с разрешением не менее 300 dpi. Графические файлы должны быть поименованы таким образом, чтобы было понятно, к какой статье они относятся и каким по порядку рисунком статьи являются. Каждый файл должен содержать один рисунок.