



Основан в 1993 г.

ВЕСТНИК

Воронежского
Государственного
Университета



серия

ФИЛОЛОГИЯ
ЖУРНАЛИСТИКА

№ 2 / 2018

**ВЕСТНИК ВОРОНЕЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
СЕРИЯ: ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА**

PROCEEDINGS OF VORONEZH STATE UNIVERSITY
SERIES: PHILOLOGY. JOURNALISM

УЧРЕДИТЕЛЬ:

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Воронежский государственный университет»**

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА:

Председатель – Д. А. Ендовицкий, д-р экон. наук, проф.; заместители председателя – Ю. А. Бубнов, д-р филос. наук, проф., В. Н. Попов, д-р биол. наук, проф.; координатор – Н. М. Близняков, канд. физ.-мат. наук, доц. Члены совета: Э. К. Алгазинов, д-р физ.-мат. наук, проф., В. Г. Артюхов, д-р биол. наук, проф., В. Н. Глазьев, д-р ист. наук, проф., А. Д. Баев, д-р физ.-мат. наук, проф., А. С. Кравец, д-р филос. наук, проф., А. А. Кретов, д-р филол. наук, проф., А. Д. Савко, д-р геол.-минер. наук, проф., Ю. Н. Стариков, д-р юрид. наук, проф., В. В. Тулупов, д-р филол. наук, проф., В. И. Федотов, д-р геогр. наук, проф., А. И. Шашкин, д-р физ.-мат. наук, проф.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ:

Главный редактор – В. В. Тулупов, д-р филол. наук, проф.; заместитель главного редактора – О. А. Бердникова, д-р филол. наук, доц.; ответственный секретарь – М. Е. Новичихина, д-р филол. наук, проф. Члены редколлегии: Геруля (Gierala) Мариан, д-р филол. наук, проф. (Институт политических наук и журналистики Силезского университета в г. Катовице, Польша); А. М. Ломов, д-р филол. наук, проф.; Б. Я. Мисонжников, д-р филол. наук, проф. (СПбГУ, г. Санкт-Петербург); А. В. Млечко, д-р филол. наук, доц. (ВолГУ, г. Волгоград); В. Ф. Олешко, д-р филол. наук, проф. (УФУ, г. Екатеринбург); И. А. Стернин, д-р филол. наук, проф.; А. А. Тertyчный, д-р филол. наук, проф. (МГУ, г. Москва).

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-19722 от 7 апреля 2005 г.

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук, утвержденный ВАК.

Журнал принимает к публикации статьи по филологии и журналистике (10.01.00 – литературоведение, 10.01.01 – русская литература, 10.01.09 – фольклористика, 10.01.10 – журналистика, 10.02.00 – языкознание, 10.02.01 – русский язык).

Адрес редакции: 394018, г. Воронеж, Университетская пл., 1
Воронежский государственный университет
Редакция журнала «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика»
E-mail: vlvtul@mail.ru
Тел.: +7(473) 266-17-56



СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ

<i>Алейников О. Ю.</i> ВОЕННАЯ ПРОЗА АНДРЕЯ ПЛАТОНОВА (ИЗ НАБЛЮДЕНИЙ НАД РЕЦЕПТИВНЫМИ ИНТЕНЦИЯМИ)	5
<i>Алтынбаева Г. М. А. И.</i> СОЛЖЕНИЦЫН О РЕВОЛЮЦИЯХ 1917 ГОДА (ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ ЗАРУБЕЖНЫМ СМИ)	10
<i>Дегальцева А. В.</i> К ПРОБЛЕМЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ТИПОЛОГИИ НАРЕЧИЙ ОБРАЗА ДЕЙСТВИЯ	15
<i>Иваньшина Е. А.</i> РЕВОЛЮЦИЯ КАК НАУЧНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В ТВОРЧЕСТВЕ М. А. БУЛГАКОВА	17
<i>Камбаралиева У. Д., Расулова М. М.</i> СПОСОБЫ ЭКСПЛИКАЦИИ ОЦЕНКИ В ДИАЛОГИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ	23
<i>Колпакова А. С.</i> «МОДНОЕ» И «НЕМОДНОЕ» СЛОВО В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА	26
<i>Лапыгина М. В.</i> ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ И СЕРБСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ)	28
<i>Литвинцева М. Г., Лебедева Н. Г.</i> ТЕКСТ КАК ОСНОВА ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ	31
<i>Мельников Д. В. (иеромонах Гавриил)</i> ИОГАНН АРНДТ И ЧЕРНОВИКИ СВ. ТИХОНА ЗАДОНСКОГО «О ИСТИННОМ ХРИСТИАНСТВЕ»	35
<i>Паринова А. С.</i> МИФОЛОГЕМА АДА И РАЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ	39
<i>Сатарова Л. Г., Стюфляева Н. В.</i> МОТИВЫ РАСПЯТИЯ, ВОСКРЕСЕНИЯ И СВЯТОСТИ В ЦАРСКОЙ ТЕМЕ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	44
<i>Стеблецова А. О.</i> РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В МЕДИЦИНСКОМ ДИСКУРСЕ	49
<i>Сузрюкова Е. Л.</i> КОЛОКОЛЬНЫЙ ЗВОН В ЦИКЛЕ РАССКАЗОВ В. А. НИКИФОРОВА-ВОЛГИНА «ДЕТСТВО»	52
<i>Фатеева Н. А.</i> НАЗВАНИЯ ВОЕННЫХ СОБЫТИЙ КАК ОСОБЫЙ КЛАСС ХРОНОНИМОВ	57
<i>Федотова Н. В.</i> СПЕЦИФИКА УПОТРЕБЛЕНИЯ ВОЕННОЙ МЕТАФОРЫ В МЕДИЦИНСКОМ ДИСКУРСЕ	60
<i>Фам Май Фыонг</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА «ЖЕНСКАЯ ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА» В ПРОЗЕ И. А. БУНИНА	63
<i>Цветова Н. С.</i> РУССКАЯ ТРАДИЦИОННАЯ ПРОЗА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА КАК ИСТОРИКО-ЛИТЕРАТУРНЫЙ ФЕНОМЕН	66
<i>Шумакова Ю. И.</i> ФОЛЬКЛОР И ЛИТЕРАТУРА: К ВОПРОСУ О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА К. Д. ВОРОБЬЕВА)	72

ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Агаева Нигяр Икрам кызы. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ М. Э. РАСУЛЗАДЕ В ГОДЫ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКИ (1918—1920 ГГ.)</i>	77
<i>Астафуров И. В. ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ</i>	79
<i>Богоявленский А. Е. ЧЕТВЕРТАЯ МЕДИАРЕВОЛЮЦИЯ: ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД</i>	83
<i>Гулиева Г. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ИЗУЧЕНИЯ ПЕЧАТИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СОВЕТСКОГО ПЕРИОДА</i>	86
<i>Дрога М. А., Халявина Д. В. СОСТАВНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ-ЗАГОЛОВКИ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ</i>	88
<i>Зиганшина А. А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В РЕКЛАМНОЙ ПРАКТИКЕ</i>	92
<i>Красова Е. Ю., Морозова К. С. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ И МОЛОДЫЕ ЖЕНЩИНЫ</i>	95
<i>Кройчик Л. Е., Тулупов В. В. ПОДГОТОВКА МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ В ВГУ (1961—2018 ГГ.)</i>	101
<i>Курбакова Е. В., Савка О. Г. ЛИБЕРАЛЬНЫЕ И ЛЕВЫЕ СИЛЫ РОССИИ НА РУБЕЖЕ XIX—XX ВВ. (ПО СТРАНИЦАМ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ)</i>	104
<i>Лебедева Т. В. РОССИЯ И СЛАВЯНСКИЙ МИР В ПУБЛИЦИСТИКЕ БОРИСА НИКОЛАЕВСКОГО</i>	108
<i>Мокшин С. И. ОСОБЕННОСТИ ПОЛИДИСКУРСИВНЫХ ЯВЛЕНИЙ В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ</i>	113
<i>Муаммар М. И. СЦЕНАРИИ И ПРИЕМЫ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В ЗОНЕ КОНФЛИКТА</i>	116
<i>Нгуен Минь Туан. ВОЙНА ВО ВЬЕТНАМЕ: СОВЕТСКАЯ ВЕРСИЯ СОБЫТИЙ</i>	119
<i>Нгуен Тхи Май Хыонг. ЮМОР В ДЕТСКИХ ЖУРНАЛАХ ВЬЕТНАМА</i>	124
<i>Олешко В. Ф., Олешко Е. В. ПРОБЛЕМЫ АЛГОРИТМИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ</i>	126
<i>Сурнина И. А. «ВЕРНЫЕ СЫНЫ РОССИИ» (РЕДАКТОРЫ ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ СЕРЕДИНЫ XIX ВЕКА)</i>	133
<i>Сусская О. А. ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В ИЗУЧЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ И МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ</i>	141
<i>Чепкасов А. В. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕГИОНА: РОЛЕВОЙ НАБОР ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ</i>	147
<i>Шилова М. А. КОММЕРЧЕСКАЯ КОРРЕКТНОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЭВФЕМИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ</i>	151
<i>ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ</i>	154

Proceedings of Voronezh State University

SCIENTIFIC JOURNAL



SERIES:
PHILOLOGY. JOURNALISM
Published quarterly

Series: Philology. Journalism. 2018. № 2. April — June

CONTENTS

PHILOLOGY

<i>Aleinikov O. U.</i> WAR PROSE OF ANDREY PLATONOV (SCRUTINIZING RECEPTIVE INTENTIONS)	5
<i>Altynbaeva G. M. A. I.</i> SOLZHENITSYN ON 1917 RUSSIAN REVOLUTIONS (BASED ON HIS INTERVIEWS TO THE FOREIGN PRESS)	10
<i>Degaltseva A. V.</i> TO THE PROBLEM OF SEMANTIC TYPOLOGY OF ADVERBS OF MANNER	15
<i>Ivanshina E. A.</i> REVOLUTION AS A SCIENTIFIC EXPERIMENT IN THE WORKS OF M. A. BULGAKOV	17
<i>Kambaralieva U. D., Rasulova M. M.</i> METHODS FOR EXPLICATING EVALUATION IN THE DIALOGICAL STRUCTURES OF LITERARY WORKS	23
<i>Kolpakova A. S.</i> «FASHIONABLE» AND «UN FASHIONABLE» WORD IN THE LANGUAGE CONSCIOUSNESS OF RUSSIANS	26
<i>Lapygina M. V.</i> POSITIVE CHARACTERISTICS OF A POLITICIAN IN POLITICAL DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF RUSSIAN AND SERBIAN PRINT MEDIA)	28
<i>Litvintseva M. G., Lebedeva N. G.</i> TEXT AS THE BASIS OF PHRASAL VERBS STUDY	31
<i>Melnikov D. V. (Hieromonk Gabriel)</i> JOHN ARNDT AND THE ROUGH COPIES ON ST. TIKHON ZADONSKY'S OF «TRUE CHRISTIANITY»	35
<i>Parinova A. S.</i> MYTHOLOGY OF HELL AND PARADISE IN CONTEMPORARY LITERATURE	39
<i>Satarova L. G., Styuflyayeva N. V.</i> MOTIVES FOR CRUCIFIXION, RESURRECTION AND HOLINESS IN THE ROYAL THEME OF RUSSIAN LITERATURE	44
<i>Stebletsova A. O.</i> COMMUNICATIVE IMPACT IN MEDICAL DISCOURSE	49
<i>Suzryukova E. L.</i> TOLLING OF BELLS IN V.A. NIKIFOROV-VOLGIN'S STORY CYCLE «CHILDHOOD»	52
<i>Fateeva N. A.</i> NAMES OF MILITARY EVENTS AS A SPECIAL CLASS OF CHRONONYMS	57
<i>Fedotova N. V.</i> THE SPECIFICITY OF USING THE MILITARY METAPHOR IN THE MEDICAL DISCOURSE	60
<i>Pham Mai Phuong</i> THE LEXICO-SEMANTIC GROUP «WOMEN'S OUTERWEAR» IN THE PROSE OF I. A. BUNIN	63
<i>Tsvetova N. S.</i> RUSSIAN TRADITIONAL PROSE OF THE SECOND HALF OF THE XX CENTURY AS A HISTORICAL AND LITERARY PHENOMENON	66
<i>Sumakova Y. I.</i> FOLKLORE AND LITERATURE: TO THE QUESTION ON INTERRELATION (BY THE EXAMPLE OF K. D. VOROBYOV WORK)	72

JOURNALISM

<i>Aghayeva Nigar Ikram. THE ACTIVITIES M. E. RASULZADE IN THE YEARS OF AZERBAIJAN DEMOCRATIC REPUBLIC (1918–1920)</i>	77
<i>Astafurov V. I. THE EFFECTIVENESS OF REGIONAL MEDIA IN THE MODERN MEDIA SPACE</i>	79
<i>Bogoyavlensky A. E. FOURTH MEDIA REVOLUTION: A TRANSDISCIPLINARY APPROACH</i>	83
<i>Guliyev Garanfil. METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF STUDYING</i>	86
<i>Droga M. A., Khalyavina D. V. COMPOUND NAMES (TITLES) IN THE MODERN PRESSER</i>	88
<i>Ziganshina A. A. STRATEGIC PLANNING IN ADVERTISING PRACTICE</i>	92
<i>Krasova E. Yu., Morozova C. S. COMMUNICATION STRATEGIES OF GLOSSY MAGAZINES AND YOUNG WOMEN</i>	95
<i>Kroychik L. E., Tulupov V. V. TRAINING OF MEDIA EXPERTS IN VSU (1961–2018)</i>	101
<i>Kurbakova E. V., Savka O. G. LIBERAL AND LEFT FORCES OF RUSSIA ON A BOUNDARY XIX–XX CENTURIES (THE PAGES OF PERIODICALS)</i>	104
<i>Lebedeva T. V. RUSSIA AND THE SLAVIC WORLD IN JOURNALISM BORIS NIKOLAEV</i>	108
<i>Mokshin S. I. FEATURES POLY-DISCORSIVITY EVENTS INTERNET ADVERTISING</i>	113
<i>Muammar M. I. SCENARIOS AND TECHIQUES OF INFORMATION WAR IN THE CONFLICT ZONE</i>	116
<i>Nguyen Minh Tuan. THE VIETNAM WAR: THE SOVIET VERSION OF EVENTS</i>	119
<i>Nguyen Thi Mai Huong. HUMOR IN CHILDREN'S MAGAZINES VIETNAM</i>	124
<i>Oleshko V. F., Oleshko E. V. THE PROBLEM OF ALGORITHMIZATION OF CREATIVE ACTIVITY IN MODERN JOURNALISM</i>	126
<i>Surnina I. A. «THE LOYAL SONS OF RUSSIA» (THE EDITORS OF THE BUSINESS PRESS OF THE MID-NINETEENTH CENTURY)</i>	133
<i>Susskaya O. A. FEATURES OF THE METHODOLOGICAL APPROACHES IN THE STUDY OF SOCIAL CONSCIOUSNESS AND MASS COMMUNICATION</i>	141
<i>Chepkasov A. V. THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE REGION: ROLE-BASED SET OF IMAGE POLICY</i>	147
<i>Shilova M. A. COMMERCIAL CORRECTNESS AS ONE OF THE FACTORS EFFEMINACY OF MODERN ADVERTISING</i>	151
SUBMISSION GUIDELINES.....	154

ВОЕННАЯ ПРОЗА АНДРЕЯ ПЛАТОНОВА (ИЗ НАБЛЮДЕНИЙ НАД РЕЦЕПТИВНЫМИ ИНТЕНЦИЯМИ)

О. Ю. Алейников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 27 апреля 2018 г.

Аннотация: целью статьи является изучение специфики реализации рецептивных интенций в произведениях А. Платонова о Великой Отечественной войне. В работе выявляются различные интертекстуальные связи и параллели. Уточняется «рецептивный ресурс» (В. Тюпа) прозы писателя. Исследуется отношение различных субъектов речи к газетно-публицистическому дискурсу, особенности восприятия письменного слова персонажами и повествователем.

Ключевые слова: проза А. Платонова о войне, художественный текст, рецептивные интенции, повествовательные структуры.

Abstract: the purpose of the article is to study the specifics of the implementation of receptive intentions in the works of A. Platonov during the great Patriotic war. Various intertextual connections and Parallels are revealed in the work. Clarifies «receptive resource» (V. Tyupa) prose writer. The relation of various subjects of speech to newspaper and journalistic discourse, the specificity of the perception of the written word by characters and narrator is investigated.

Keywords: A. Platonov's prose about war, literary text, receptive intentions, narrative structures.

«Недоверие» А. Платонова-прозаика к сугубо «письменному», оторванному от жизненных реалий печатному слову, искажавшему подлинный смысл социальных процессов и событий [5, 47], не раз отмечалось исследователями [10]. Произведения, созданные писателем в период Великой Отечественной войны, при рассмотрении указанной проблематики изучаются достаточно редко и — в ряде случаев — получают весьма обескураживающие оценки. Так, полагая, что «образ войны» в платоновской прозе «составлялся» «умозрительно», «из компонентов, давно вошедших в батальный канон», один из литературных критиков посчитал, что «время, особенно 30-е годы <...> страшно сузило систему философско-исторических ориентаций, в какой-то мере «утомило» Платонова». «Он, нашедший в лучших предвоенных рассказах <...> путь к личности, выход из омертвляющего стандарта, из-под пресса застылых стереотипов, вдруг вновь как бы потерял этот путь» [18; 432, 428].

Между тем именно в годы войны А. Платонов не раз возвращался к мыслям о роли и назначении писателя в России. Напомню его слова о стремлении «ни в чем» и «никогда» не изменять «позиций», неосторожно произнесенные весной 1945 года в присутствии тайного осведомителя НКВД: «Всю войну я провел на фронте, в землянках. Я увидел теперь со-

всем по-другому свой народ. Русский народ, много-страдальный, такой, который цензура у меня всегда вымарывает, вычеркивает и не дает говорить о русском народе. Сейчас мне трудно. У меня туберкулез второй степени, я харкаю кровью. Живу материально очень плохо, а нас 6 человек, работник я один, все малые и старые. Я устал за войну. Меня уже кроют и будут крыть все, что бы я ни написал <...> Желание работать сейчас огромное. Мне кажется, я так бы и сидел, не отрываясь» [2, 871].

На страницах центральных газет, в журнальных статьях и во внутренних рецензиях ревнители чистоты «социалистического реализма» критиковали А. Платонова за «зыбкость философских позиций» (О. Резник) [9, 508], «нарочитое косноязычие» (В. Бахметьев) [9, 510], «литературные выкрутасы» (Вс. Лебедев) [11], «смирненное, христианское человеколюбие» и склонность к агиографическим обобщениям (А. Гурвич) [9, 518], «язык высоких символов и абстракций» (А. Рашковская) [16, 47].

Несовпадение платоновской позиции с официальными взглядами на войну было очевидно. Показательны осуществляемые писателем лексико-семантические замены в устойчивых словосочетаниях, значимых для газетно-публицистического дискурса советской печати. «Долгая великая война», несущая горе и разрушения, писателем ни разу не названа «священной». Вместо «советской Родины» в плато-

новской прозе говорится о «вечной Родине»; вместо защиты «рубежей советской страны» — о «защите отчего крова, называемого Отчиной» вместо «великого Сталина» — о бойце, «великом сыне Сталина». Прозаик не принимал таких, например, выражений, как «бог войны», «царица полей». Яркой индивидуальностью и строгой стилистической избирательностью, ощутимой для современников, создатель «Одухотворённых людей» отличался от многих участников литературного процесса, не избегавших фразеологии, растиражированной средствами массовой информации. Ср.: «Пошла царица полей в атаку. Сейчас бог войны будет ей подпевать. И со всех сторон ударили пушки различных калибров» (В. Катаев).

Весьма показательны рецептивные интенции А. Платонова, связанные с восприятием так называемого «военного языка», интенсивно проникавшего в литературу и повседневную речь его современников. Обращаясь к очеркам и рассказам писателя, созданным в «разные дни войны», приведу лишь несколько примеров. «Против врага начала работать наша знаменитая артиллерия. Раньше говорили, что, дескать, наша артиллерия накрывает неприятеля. Это неточное представление, — уточняет повествователь наполненность реальным жизненным смыслом «красиво звучащего» выражения. — Не накрывает, а уничтожает его вовсе. Поэтому, как выяснилось позже, многие «опытные» немцы, только заслышав голос нашей артиллерии, покинули траншеи и побежали» [3, 299—300] («Прорыв на Запад»). В очерке «Гроза под Орлом» обратим внимание на следующее описание: «Мы находимся на опушке леса. Далее простирается обнажённое степное пространство, сложенное, как почти вся средняя Россия, из увалов, похожих на замедленные, остановившиеся волны земли. На военном языке вершины этих увалов называются высотками. От века безыменные, они получили теперь номера, а иногда и образное имя. Например, одна высота имела таинственное название «Расторопные капли». Оказывается, её защищали пьяные немцы, напившись «расторопных капель», но окрестил высоту, конечно, трезвый русский солдат» [1, 270].

В платоновском тексте очевиден зазор между автоматизированным «военным языком» и языком повествования, восстанавливающим в правах неофициальную «точку зрения», в том числе «этимологии», характерные для демократической среды «преломления авторского голоса» (М. Бахтин).

Именно эта среда значима для деавтоматизации речи, застигнутой экспансией письменного слова. «Душа не в букве» [3, 358] («Афродита»), — убеждены насмешливые и пронизательные герои писателя. «Прочитав в газете, что война есть иступление», один из героев Платонова вспоминает о недавнем бое и смеётся «над ошибочностью этой мысли. Он знал, что война, как и мир, одухотворяется счастьем

и в ней есть радость, и он сам испытывал радость войны, счастье уничтожения зла, и еще испытает их, и ради того он живет на войне и другие люди живут» [3, С. 281] («Офицер и солдат»).

В рассказе «Челюсть дракона», опубликованном в 1945 году под названием «Один бой», весьма критично рассматривается выражение «оперативный простор», растиражированное в печати и сводках Совинформбюро. Платоновский повествователь не согласен с легковесной практикой использования словосочетания, искажавшего смысл происходивших событий: с «оперативным простором» в сознании читателей ассоциировалось открытое пространство для стремительного движения войск по освобождаемой территории. В рассказе выясняется, что именно означает это выражение в условиях настоящей, а не сочинённой «молодцеватой» войны: «Теперь бой и маневр совершаются на местности плотной обороны противника, и так называемый «оперативный простор» требует такой же неослабной энергии от наступающих, как и прорыв передней полосы укреплений, потому что «простор» является лишь тесниной следующей очереди укреплений в глубине прорванной обороны» [5, 317].

Штампам и речевым оборотам, перенятым из армейских реляций и официальных сводок, А. Платонов противопоставляет «думы» о слове, основанные на многовековом духовном и культурном наследии. В рассказе «Одухотворённые люди» книга названа в одном ряду с тем, что заменяет фронтовое братство: «отца и мать, сестёр и братьев, подругу сердца и любимую книгу...» [3, С. 86]. Читательский опыт в рассказе «Офицер и солдат» (герою вспоминаются долгие «вечера при лампе за чтением книги...» [3, 280]) подсказывает боевому офицеру-артиллеристу, что впереди солдат ждет «дыхание «земли полуденной», за которой «открывалось великое влекущее пространство южного мира» [3, 280], но никак не «оперативный простор».

Выражение «земля полуденная» могло быть известно читателям по стихотворению А. Пушкина «Погасло дневное светило» и Библии (как подсчитано, в тексте Священного Писания «земля полуденная» упоминается не менее двенадцати раз). Отсылка к творчеству Пушкина, бывшего для А. Платонова олицетворением идеи «сбережения» [12, 166] «рядового народа», здесь особенно значима. Рецептивные проекции, соединяющие пушкинское стихотворение, созданное поэтом под впечатлением от поездки в Крым, с библейским текстом, мотивируются географически (место действия рассказа происходит вблизи Азовского моря) и метафизически (крымский берег в мае 1942 года стал последним рубежом для десятков тысяч погибших здесь советских солдат).

«Рецептивный ресурс» (В. И. Тюпа) военной прозы писателя включает древнерусские тексты [4, 38—45]. Как известно, выражение «лечь костями» в «Повести

временных лет» приписывается князю Святославу. Согласно летописи, князь обратился с этими словами к своим дружинникам перед сражением с греками. Современный перевод: ««Нам некуда уже деться, хотим мы или не хотим — должны сражаться. Так не посрамям земли Русской, но ляжем здесь костями, ибо мертвые не принимают позора. Если же победим — позор нам будет» [17, 62]. Летописное свидетельство откликается в краткой речи политука Фильченко, героя рассказа «Одухотворённые люди». Перед решающей битвой он говорит морякам, оборонявшимся подступы к Севастополю: «Товарищи! Я хочу сказать вам, что нам будет трудно. Я хочу сказать, что мы отойти не можем, мы будем биться здесь до самых своих костей...» [3, 101—102]. В реплике одного из бойцов это выражение «осовременивается», вызывая иносказательные проекции: «И костями можно биться... Рванул из скелета и бей. Комиссар товарищ Поликарпов хотел же биться своей оторванной рукой!...» [3, 102]. Обобщенный образ единой судьбы живых и мертвых в данном случае дополняется аллюзией на нехватку средств для обороны «города русской славы»: немецким танкам противостоят обвешанные гранатами люди...

А. Платонов считал, что война — это проявление «всемирного «зла» [3, 35], оставляющего после себя «пораненную» [3, С. 98] землю, «обгорелые леса», «посев трупов» [3, 314] и разрушенные дома. Но мудрые и наивные герои военной прозы писателя «убеждаются», что как ни могущественно «всемирное» зло, «вся вселенная» ему не подвластна. В «Рассказе о мёртвом старике» дед Тишка радуется, что высоко «шли звёзды по небу <...> будь они поближе, в них бы немцы из пушек стреляли и потушили бы их, либо туда бы взобрались и затеяли там беду; нет, пусть уж они светят далеко и отдельно, чтоб их никто не достал!» [3, 67]. Повествователь, посвященный в круг авторских представлений, посвоему подчёркивает ограниченность мирового зла во времени и пространстве, говоря, что «материальной летописью войны» может быть «фронтальная дорога, которая служит направлением для сражений. Правда, эта летопись недолговечна, но кто сумеет прочесть её вовремя и правильно, тот сможет восстановить картину минувших битв и понять смысл текущих событий» [3, 308].

По наблюдению Б. М. Эйхенбаума, актуализация «летописного образа мыслей и стиля» в художественном сознании XIX века происходила «в трудные, грозные для страны и народа годы, когда роль «случая» казалась всесильной, а попытки понять или хотя бы «угадать» ход истории терпели неудачу. <...> в такие моменты литература, не потерявшая связи с народной жизнью и историей, тянется к эпосу и находит его в фольклоре и в летописи» [20, 374].

В военной прозе А. Платонова «летописный образ мысли» помогает не терять надежды на лучшее

будущее. Перифраз из «Повести временных лет» (слова князя Олега, известные по записи «Да будет это мать городам русским») в рассказе «Взыскание погибших» используется в описании захваченного врагом «святого» города и его грядущее «воскрешение»: «...В лунные ночи вдалеке можно было увидеть древние башни святого города Киева, матери всех городов русских. Он стоял на высоком берегу вечно стремящегося, поющего Днепра, — онемевший, с ослепшими очами, изнемогший в гробовом склепе врага, но чающий, как вся поникшая перед ним земля, воскрешения и жизни в победе, и поднявший свои башни в высоту звёзд, как завет бессмертия народа, в смерти врага ищущего своей силы и исцеления» [3, 217].

«Парадигматические параллели» переводят повествование в многомерное семантическое пространство Слова, насыщенного ассоциативными кодами православной культуры и объединяющего [7, 77] людей, вовлечённых в «гибельные моменты истории». Платоновские герои — моряки-черноморцы, готовясь к последнему бою, как повелось на Руси, «благословили друг друга на самое великое, неизвестное и страшное в жизни — на то, что разрушает и что создаёт её, — на смерть и победу, и страх их оставил» [3, 102]. «...Цибулько подошёл к Фильченко и поцеловал его. И все, каждый с каждым, поцеловали друг друга и посмотрели на вечную память друг другу в лицо» [3, 102] («Одухотворённые люди»). В рассказе «Оборона Семидворья» бойцы готовят к обороне не одни лишь окопы, но и «пещеры», и «подземные крепости» [3, 158], чтобы украсить их «травой, ветвями и ротным культурным инвентарем» [3, 158]. (Обратим внимание на очередность перечисленного: советской пропагандистской атрибутике, а не убранству, традиционному для церковного праздника, в данном ряду отведено последнее место).

Эпитеты, сравнения, метафоры, проецирующие память о древнерусской истории, духовности и литературе на события и реалии Великой Отечественной войны, часто используются А. Платоновым для описания боевых действий в свете памятных для национальной истории событий. «Местом побоища» [3, 314] названы поля недавних сражений в Белоруссии. Полк, вышедший на ударную позицию, «подобен мечу, вдавливающемуся в тело мучителя его народа» [3, 374] («Челюсть дракона»). Причём — в соответствии с эпической народной традицией — «всемогущий меч могут создать и владеть им <...> руки, которые равно способны и одухотворить мир трудом, и сражать тиранов» [3, 368].

В своих рецептивных интенциях писатель учитывает «каноны» древнерусской воинской повести. Характерная для данного жанра этикетная ситуация состоит в обретении воинами, уходящими на битву, «нетленного оружия», многократно превосходящего по силе обычное, а в испытаниях — помощи «живот-

ворящего креста» [18, 94], иконы, или (как это, например, происходит в «Сказании о Мамаевом побоище») монашеской схимы. Герой рассказа «Полотняная рубаха» в годы войны хранит за пазухой старую полуистлевшую материнскую рубаху, которая для него равновелика самым святым понятиям. И, мысля себя русским «богатырём» [3, 414], сокрушает вражеский дзот. Уходя на войну, герой рассказа «Божье дерево», накладывает на тело лист с дерева, которое исстари в его деревне называли «божьим». Как и подобает «нетленному оружию», заветный образ не только защищает от гибели, даёт утешение, напоминает о родине, но и становится источником духовной силы, побеждающей «серый свет неволи» [3, 15].

Символике света, характерной для памятников средневековья, в военных рассказах А. Платонова отведена весьма существенная роль. «Излучение света, вспышка сияния, окружающие людей у Платонова, — признак не столько вещественный, сколько своего рода метафора, обозначающая «эманацию» духовного начала. Этим светом самоотверженного подвижничества озарены прекрасные человеческие лица <...> во всей военной прозе Платонова», — указывает В. М. Акимов [1, 7].

Образный строй разного рода световых явлений в прозе А. Платонова военных лет напоминает об описанных в средневековых памятниках мистических видениях. Вот один из характерных примеров: «С Балтики быстро шли холодные тучи, но поверх туч светила луна, и ее неподвижный магический свет слабо проникал сквозь тучи, еле озаряя землю из невидимого светильника, как бывает в сновидении» [3, 374]. Сигнальные ракеты, составляющие привычную часть фронтовой жизни, названы «глухонемыми демонами». Немецкий самолет в сознании рассказчика ассоциируется с ведьмой, оставляющей в ночном небе огненный след. Вражеские противотанковые надолбы напоминают «железобетонные зубы дракона» [3, 374].

Всякого рода «демонология» в платоновских рассказах о войне, как правило, появляется в связи с противопоставлением мира русской природы, «лада» народной жизни силам, враждебным этому порядку. Эпические традиции в изображении врага усиливаются в рассказах, созданных в последние годы Великой Отечественной войны, когда ожидание кардинальных перемен в жизни народа приобрело чуть ли не повсеместный характер [6].

В рассказе «Штурм лабиринта» события происходят в Германии, на земле которой «противник вел себя <...> как сказочный многоголовый дракон: ему разможили огнем шесть голов, а к утру у него отросло восемь» [3, 389]. Образ дракона появляется в ассоциативном ряду, связанном не только со сказочной семантикой, но и с аллегорическими шифрограммами западноевропейского средневековья. Этот иносказательный образ упоминается в пове-

ствовании о продвижении русских солдат по запутанным ходам вражеского укрепления, названного лабиринтом. В средневековых миниатюрах «в том случае, если лабиринт завершался изображением дракона», он означал «безвыходную запутанность заблуждений и пороков». [8, 28]. Смысл этой аллегорической параллели накладывается на сюжет рассказа. Неприятель, до поры оказывающий упорное сопротивление в подземных укреплениях, в сущности, находится в плену подобных пороков. Но нельзя забывать и о том, что образ лабиринта мог аллегорически означать крестный путь и в этом значении также воспроизводился на средневековых миниатюрах. «В Германском Псалтыре XIII в. в центре лабиринта помещена голова Христа <...> Проползти на коленях по извилинам лабиринта считалось благочестивым делом» [8, 28]. В рассказе, таким образом, возникает известная символизация сюжетных линий: русские солдаты, погибающие в подземном бою, проходят свой крестный путь до конца...

Заключая, отметим, что тексты, деавтоматизирующие стандартные описания, выражения, аттестации и характеристики, платоновские герои воспринимают как источник силы, спасительной для духовного здоровья человека. В военной прозе А. Платонова эти тексты чаще всего получают осмысление с позиций христианской аксиологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акимов В. «Солдат начинается с думы об Отечестве...» (Военная проза Андрея Платонова) // Платонов А. П. Одухотворённые люди. Рассказы о войне. — М.: Правда, 1986. С. 3—14.
2. 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. 848—884.
3. Андрей Платонов. Смерти нет! Собрание. — М.: Время, 2010. — 624 с.
4. Алейников О. Ю. Древнерусский «субстрат» в прозе А. Платонова о Великой Отечественной войне / О. Ю. Алейников // Человек и война в русском художественном сознании XX века. — Воронеж: Центрально-Черноземное книжное изд-во, 2000. — С. 38—45.
5. Алейников О. Ю. Повествовательные стратегии А. Платонова в «бедняцкой хронике» «Впрок» / О. Ю. Алейников // Андрей Платонов в идеологических и художественных контекстах своего времени. Межвузовский сборник научных трудов. — Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2010. — С. 45—59.
6. Алейников О. Ю. Прошлое и будущее русского народа в рассказах Андрея Платонова о Великой Отечественной войне / О. Ю. Алейников // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. — 2015. — № 3. — С. 54—61.
7. Иванова Л. А. «Война» и «мир» в творчестве А. Платонова военных лет / Л. А. Иванова // Творчество А. Пла-

тонова. Статьи и сообщения. — Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1970. — С. 75—91.

8. Касперавичюс М. М. Функции религиозной и светской символики / М. М. Касперавичюс. — Л.: Знание, 1990. — 32 с.

9. Критические отзывы на книги Платонова 1943, 1945 гг. (Внутренние рецензии издательства «Советский писатель»). Статья и комментарии Е. Антоновой // «Страна философов» Андрея Платонова. Вып. 8. Андрей Платонов и его современники. Исследования и материалы. — М.: ИМЛИ РАН, 2017. — С. 502—533.

10. Лазаренко О. Письменное слово и история в романе «Чевенгур» / О. Лазаренко // «Страна философов» Андрея Платонова. Проблемы творчества. Вып. 4. Юбилейный. — М.: ИМЛИ РАН, Наследие, 2000. — С. 548—555.

11. Лебедев В. Литературные выкрутасы / В. Лебедев // Правда. — 1944. — 27 дек.

12. Никонова Т. А. Платоновский миф о Пушкине (литературно-критические статьи 1930-х годов и пьеса «Ученик Лицея») / Т. А. Никонова // «Страна философов» Андрея Платонова: проблемы творчества. Вып. 7. — М.,

2011. — С. 161—169.

13. Платонов А. Гроза под Орлом / А. Платонов // Знание. — 1943. — С. 270—273.

14. Платонов А. В прекрасном и яростном мире. Повести и рассказы / А. Платонов. — М.: Художественная литература, 1965. — 630 с.

15. Платонов А. Одухотворённые люди. Рассказы о войне / А. Платонов. — М.: Правда, 1986. — 432 с.

16. Рашковская А. Андрей Платонов. «В сторону заката солнца» / А. Рашковская // Ленинград — 1946. — № 3/4. — С. 47.

17. Русские летописи XI—XVI веков: Избранное. СПб.: Амфора, 2006. — 438 с.

18. Спиридонова И. А. «Внутри войны» (поэтика военных рассказов Платонова) / И. А. Спиридонова. — Петрозаводск: ПетрГУ, 2005. — 212 с.

19. Чалмаев В. Андрей Платонов (К сокровенному человеку) / В. Чалмаев. — М.: Советский писатель, 1989. — 445 с.

20. Эйхенбаум Б. Черты летописного стиля в литературе XIX века // Эйхенбаум Б. О прозе. — Л., 1969. — 502 с.

*Воронежский государственный университет
Алейников О. Ю., доцент кафедры русской литературы
XX и XXI веков, теории литературы и фольклора
E-mail: oaleinikov@yandex.ru*

*Voronezh State University
Aleinikov O. U., Associate Professor of the Russian Literature
of XX and XXI Centuries, Theory of Literature and Folklore
Department
E-mail: oaleinikov@yandex.ru*

А. И. СОЛЖЕНИЦЫН О РЕВОЛЮЦИЯХ 1917 ГОДА (ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ ЗАРУБЕЖНЫМ СМИ)

Г. М. Алтынбаева

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского*

Поступила в редакцию 27 декабря 2017 г.

Аннотация: в статье на материале интервью А. И. Солженицына 1974—1993 гг. обобщается круг вопросов о событиях в России в 1917 году, которые волновали западных журналистов во время встреч с писателем и на которые они получили исчерпывающие ответы.

Ключевые слова: А. И. Солженицын, 1917, Февральская революция, Октябрьская революция, писательская публицистика

Abstract: the article is based on the interviews which were given by A. I. Solzhenitsyn in 1974—1993. The conducted analysis summarizes the questions on the events that took place in Russia in 1917 and were of great interest to the foreign journalists who met with the writer and got comprehensive answers

Keywords: A. I. Solzhenitsyn, 1917, The February Revolution, The Great October Revolution, writer's journalism

С февраля 1974 по апрель 1994 года, находясь в изгнании, Александр Исаевич Солженицын дал большое количество интервью, кроме того публично выступал с речами, лекциями, ответными словами. Один из вопросов, которые интересовали зарубежных журналистов, касался 1917 года, в особенности Февральской и Октябрьской революций.

Для зарубежных журналистов и читателей Солженицын стал, прежде всего, источником знаний о жизни за «железным занавесом», после выхода в печать десятилетнего «Красного Колеса» — знатоком русской истории XX века. Авторитетность мнения А. И. Солженицына о революциях 1917 года признается не только за рубежом, после возвращения писателя на родину число его цитирований в российском медиапространстве постоянно растет [1, 223—229]. Особенно это заметно в год столетия двух русских революций.

В статье впервые делается попытка на материале всех интервью, пресс-конференций, публичных выступлений А. И. Солженицына, относящихся к изгнанническому периоду его биографии, представить характеристику ответов писателя на вопросы зарубежных журналистов, касающиеся «истории русской революции». Актуальность исследования заключается в востребованности не только солженицынских оценок истории, но связана и с тем, что спустя 100 лет после трагических событий в истории России настало время подведения их окончательных итогов.

Разъяснения, которые давал Солженицын, можно сгруппировать по нескольким направлениям.

Первый круг вопросов-ответов включает уточнение фактов, касающихся 1917 года, развенчание мифов и легенд, утверждение документа как единственно верного аргумента.

16 ноября 1974 года в Цюрихе в доме писателя во время пресс-конференции о сборнике «Из-под глыб» перед более чем 20 корреспондентами Солженицын сказал: «...а вообще постановка вопроса о понимании русской истории, новейшей, теперь такова: как понять — революция была следствием нравственной порчи народа, или наоборот: нравственная порча народа — следствие революции? Вот так стоит сейчас проблема. В чём была роль русских в 1917: в том ли, что они принесли миру коммунизм, подарили миру коммунизм, или первые приняли его на свои плечи? А значит, каковы перспективы других народов, если на них свалится коммунизм? Устаивал ли какой-нибудь народ против этого, устоит ли всякий в будущем?» [2, 142]. Как мы видим, ключевым словом его высказывания является существительное «понимание». Понимание — это не просто знание, но самостоятельное осознание, приятие/неприятие, умение использовать этот опыт. На это нацеливает Солженицын своего современника и через публицистику, и через художественное творчество.

Во время пресс-конференции по случаю долгожданного вручения Солженицыну Нобелевской премии (Стокгольм, 12 декабря 1974) озвучено важнейшее наблюдение писателя о природе русской революции: «...была конкретная русская ситуация 1917 года. Тот, кто хочет доказать, что это не социализм в Советском Союзе, а сталинский лжесоциализм, тот должен доказать, что исходя из ленинских положений и исходя из конкретной русской ситуации

1917 года можно было построить социализм *не* масовым ограблением крестьянства, *не* закабалением рабочего класса, *не* введением массового рабовладения и *не* террором» [2, 178—179]. От Солженицына узнали европейцы и о том, что «весь Архипелаг и все основные системы угнетения создал Ленин» (Выступление по французскому телевидению (9 марта 1976)) [2, 399]. Солженицынский анализ требует «жить не по лжи», потому что сама история XX века требует очищения от завалов лжи, обмана и стереотипов. Тютчевская мысль об «особенной» России близка солженицынскому взгляду на Отечество.

В ходе написания истории русской революции Солженицын вынужден был заниматься и развенчанием ее мифов. Так, во время радиointerview компании Би-Би-Си (февраль 1979) на реплику И. И. Салпиэта о том, что «ведь всё наше понятие об истории России — по крайней мере на Западе — построено на предпосылке, что Февральская революция была явлением положительным и что, не будь октябрьского переворота, Россия пошла бы по пути мирного общественного развития» писатель возразил: «Вот это и есть — одна из центральных легенд. Если вникнуть в повседневное течение февральских дней, в каждую мелочь и во всю реальную обстановку, то сразу становится ясно: никуда, кроме анархии, она не шла. Она заключала противоречие в каждом своём пункте. Поразительная история 17-го года — это история самопадения Февраля. Либерально-социалистические тогдашние правители промотали Россию в полгода до полного упадка. И уже с начала сентября 1917 большевики могли взять упавшую власть — голыми руками, без всякого труда. Только по избыточной осторожности Ленина и Троцкого они ещё медлили. Лёгкое взятие упавшей власти совсем не было даже и переворотом. Так что не только не было никакой Октябрьской революции — но даже не было и настоящего переворота. Февраль — упал сам» [2, 487]. Эта идея будет еще не раз высказана им на протяжении 20 лет вдали от России. Уверен Солженицын в несомненной роли в истории как любителей революций, так и любящих революцию [3].

Настаивает писатель на понимании истории вне предвзятых мнений, вне стереотипов. «Возникло на Западе ложное понимание, что современный СССР есть продолжение старой России — а это путь поперёк неё, всрез и на уничтожение. От глаз наблюдателей упущен процесс полного разрыва всех традиций религии, культуры, национального сознания и физического уничтожения десятков миллионов носителей их» [4, 14].

Солженицын с опорой на документы описывает 1917 год, но эти характеристики неслучайно, на наш взгляд, подходят и к постсоветской России: «От 1917 и по сегодня у населения уже никогда не бывало ни сытости, ни безопасности, ни личной свободы» [4, 31]; «Когда Ленин появился в России в апреле 1917,

то сразу же к нему притекали хитрыми разными путями, теперь известными, немецкие деньги, — и весь переход от Февральской революции к Октябрьской был сделан коммунистами на большие деньги. Ни одна социалистическая партия не могла издавать и приблизительно такие тиражи газет, как коммунисты. У меня есть достоверные свидетельства, личные свидетельства, как Ленин и Троцкий организовывали плату в Петрограде за участие в большевистских демонстрациях. В 17-м году собирали демонстрацию так: на заводах, в разных кварталах говорили: вот если ты сегодня с нами сходишь и будешь кричать, получишь в конце дня пять рублей или там десять рублей» [4, 111]; «Февральская революция, задвинутая октябрьским переворотом и господством большевиков, вообще как бы пропала в нашей русской истории. Множество её событий неизвестно, особенно внутри страны. А это самое крупное событие нашей истории, это и есть, собственно, главная революция, вот там повернулись судьбы России, да и судьбы всего мира» [4, 251]. Парадоксально повторяются в близкое нам переломное время ошибки прошлых революционных событий. Цель писателя — уберечь будущее поколение от трагических повторений и ошибок. К сожалению, в перестройку тексты Солженицына еще не были широко известны среди русских читателей в России, поэтому голос его не был услышан и не был воспринят на переломе эпох. Это сейчас писателя часто называют пророческим, пророком, писателем, предугадавшим масштабы последствий крушения СССР. Но надо помнить, что тогда это звучало как предупреждение, составленное на основе уроков истории.

Новым для европейского сознания стало высказывание Солженицына о вариативности хода русской истории 1917 года: «Совершенно неправильно говорить, что Россия проиграла Первую мировую войну. Она не проиграла её потому, что, во-первых, она была с союзниками. Во-вторых, она не проиграла её потому, что к началу Семнадцатого года имела великолепное военное снабжение, например, артиллерия в начале 1917 уже была снабжена всем необходимым... А вся слабость России состояла в этом конфликте между общественными слоями. Именно это напряжение создавало неустойчивость. Революция не была неизбежна, но *могла* произойти» [4, 296]; «В той революции произошла поразительная вещь: наступила неограниченная свобода, настолько неограниченная, какой не знала Европа ни в какой момент своей жизни. Причем эта свобода, принесенная Февралем, быстро, в течение недель, распространилась сверху вниз. И вот простые рабочие могли работать, а могли и не работать, требовать себе денег и не работать» [4, 297]. Много говорили и писали о неизбежности, целенаправленности событий XX века, своими ответами Солженицын расклевывает это убеждение, чем заставляет своих зарубежных собеседников-журна-

листов и их читателей, зрителей, слушателей сомневаться в общепринятом, общеизвестном представлении о 1917 году.

Солженицынское россияведение включает не только понимание смысла истории, но и понимание хода событий истории. Особенно это касается 1917 года. В основе этого круга вопросов-ответов — уточнение последовательности происходившего тогда. Солженицын — хранитель «памяти об истинном ходе событий».

На что же он обращает особое внимание при разговоре с зарубежными журналистами?

Во-первых, на недостоверность памяти человека XX века: *«Много лет все усилия коммунистического аппарата были направлены скрыть от народа нашей страны (и от Запада) память об истинном ходе событий в начале XX века, и особенно за годы 1917—1922, и изобразить их в версии коммунистов (Здесь и далее курсив мой. — Г. А.). И задуманное вполне удалось: в СССР гораздо лучше известно начало XIX века, чем начало XX. Историческая память настолько перебита, что даже большинство сегодняшних советских диссидентов вынуждено вести свои построения и предложения на материале не глубже сталинского времени или на внеисторических политических соображениях»* (23 апреля 1982) [4, 13—14].

Во-вторых, на реальные границы революций: *«Действительно, революция 17-го года отпечата-лась на XX веке так, как Французская революция на XIX. Но я должен сказать, что под словами «революция 17-го года» я понимаю некий единый процесс, который занял по меньшей мере тринадцать лет. То есть от Февральской революции до коллективизации 30-го года. Собственно, только коллективизация и была уже настоящей революцией, потому что она совершенно преобразила лицо страны. <...> ... процесс совершенно единый, из Февральской революции не мог не вытечь октябрьский переворот, он должен был выйти из неё. Вот, пересуывая день за днём революции, я убедился, что уже в марте 1917 октябрьский переворот был решён. Что есть единая линия: Февральская революция — Октябрьская революция — Ленин — Сталин — Брежнев»* (Круглый стол в газете «Йомиури» (13 октября 1982)) [4, 93—94].

В-третьих, на корни революции: *«Коммунизм произошёл не из старого русского режима, но из февральской формации. Впрочем, ситуация не ограничивается только Россией, она повторяется в различных странах. Я очень далёк от утверждения, что коммунизм всплыл в мире полностью неожиданно. Коммунизм — это только левый край интернационал-социализма. Наша февральская ситуация, совершенно неустойчивая и анархическая, открыла свободный путь для коммунизма, и это характерно не только для России»* (4, 303), *«революция произошла от напряжения между образованным обществом и властью. Это главная причина революции. Эта революция*

могла произойти, а могла и не произойти. И в ходе дальнейших событий, прежде всего в марте 1917, мы видим, что всё шатается, но тогдашняя власть могла бы и удержать. Исторический момент, маленький довесок на одну сторону весов решил дело» [4, 313].

И, наконец, Солженицын на протяжении всего периода работы над «Красным колесом» проводит параллели в истории и подводит читателя к *итогам революций 1917 года*. Так, я выделяю *третий круг вопросов-ответов*. Солженицын заметил: «Русский 1917 год был стремительным, как бы сжатым, очерком мировой истории XX века» [4, 142].

9 марта 1976, выступая по французскому телевидению, Александр Исаевич сказал: «Я всегда считал, что мы должны освободиться сами, не революцией, не кровью. Мы уже потеряли этой крови только внутреннюю гражданскую войною, с 1917 года по 1959, — мы потеряли 66 миллионов человек» [2, 405].

В разговоре с конгрессменом Лебутийе об американском радиовещании на СССР (12 октября 1981) Солженицын указывает собеседнику на ошибки понимания истории: «Это — историческая роковая ошибка либерализма, не видеть врага слева. Считать, что враг всегда только справа, а слева, мол, врага нет. Это та самая ошибка, которая погубила русский либерализм в 1917. Они проглядели опасность Ленина, и то же самое повторяется сейчас, ошибка русского либерализма повторяется в мировом масштабе всюду и везде» [2, 559].

Одна из личных тем Солженицына — тема гонений на веру в XX веке. Конгрессмен Лебутийе в ответ на свой вопрос о религии в СССР услышал: «Весь марксизм основан на ненависти к религии, и Ленин, придя к власти, это кажется парадоксальным, не видел более опасного врага, чем русское христианство, и он нанёс бешеные удары, уже Ленин, а потом это продолжалось при Сталине, при Хрущёве, и при Брежнев-е продолжается то же самое, несколько в разных формах. Русское православие пережило за эти 65 лет свою Голгофу. Мы испытали гонения, которые превосходят объёмом все гонения на христианство в античные века. Были приняты бескрайние усилия, чтобы полностью уничтожить христианство в России, выкорчевать его из памяти и из сердец. Это последовательная политика советского правительства, и вот она приводит сегодня к тому, что десятки миллионов людей вообще не имеют возможности бывать в храме» [2, 572]. В 1993 году в интервью журналу «Фокус» (7 октября 1993) на вопрос Стефана Заттлера о потребности новой России в «новой духовной ориентации» Солженицын скажет: «Мы в духовной ориентации давно нуждаемся, не от послекоммунистической эры, а от самого 1917 года» [4, 447].

Беседуя с Малколмом Магэриджем из Би-Би-Си (16 мая 1983), Солженицын подводит своего рода итог многолетней работы с историческим материалом: «в ходе работы над ней (книгой о революции.

Прим. — Г. А.) обнаружил, что <...> восемь месяцев, которые прошли от февраля до октября 1917 в России, тогда бешено прокрученные, — затем медленно повторяются всем миром в течение всего столетия. И хотя я не ставил себе целью послужить миру для объяснения Двадцатого века, моя задача была только вернуть России её память, — в последние годы, когда я уже кончил несколько томов, я с удивлением вижу, что я каким-то косвенным образом писал также и историю Двадцатого века» [4, 142].

Закончив работу над «Красным колесом», Солженицын уверенно сказал: «Я знаю, что тем людям, которым надо будет революцию 1917 года понять, те из моих книг её поймут» [4, 411].

Рудольф Аугштайн и читатели немецкого «Шпигеля» (9 октября 1987), благодаря Солженицыну, заглянули в глубь истории и не только узнали, что «...слои, которые создались при Петре, дальше уже никогда не соединились до самого 1917 года. И, собственно, главная причина российской Февральской революции была в полном разрыве этих слоёв, во взаимной враждебности их и взаимном непонимании» [4, 294].

В год 70-летия революции Солженицын предупредит зарубежных читателей об опасности коммунизма: «Я очень далёк от утверждения, что коммунизм всплыл в мире полностью неожиданно. Коммунизм — это только левый край интернационал-социализма» (Интервью с Рудольфом Аугштайном для журнала «Шпигель» (9 октября 1987)) [4, 303].

Дэвид Эйкман и читатели журнала «Тайм» (23 мая 1989) получают от Солженицына аналитическое мнение не только о европейских корнях русской революции: «в революции вообще есть такая тенденция: подражать историческим примерам. Французская революция брала из римской истории, из античности, а наша революция — из Французской. Очень часто российские политические деятели соизмеряли себя с тем, что происходило во Французской революции и даже невольно подражали. <...> Но если говорить о влиянии всей Французской революции на всю Российскую — это не прямое влияние, а так: Французская революция повлияла на весь XIX век в Европе — и это отозвалось в России к 1917 году» [4, 323—324]. Неожиданно Солженицын обратит внимание на нерусскость политики Ленина: «весь его индивидуум, весь его мозг настроен только на интернациональную волну, ни к какой нации не принадлежащую. Он всё время ищет международную ситуацию и дышит ею. <...> Он был порождение интернационального времени..» [4, 333].

В 1993 году Солженицын будет говорить о значении 1917 года для всеобщей истории. Сначала эта мысль прозвучит во время интервью со Стигом Фредриксоном для шведского телевидения (16 сентября 1993): «Но 1917 год определил не только путь России, а во многом и всего мира, — и тот, кто любозна-

телен, кто хочет понять ход истории, я думаю, много почерпнёт там» [4, 408], а затем — в прямом эфире телевизионной передачи французского журналиста Бернара Пиво «Культурный бульон» (17 сентября 1993): «Все видят, что стало жить очень плохо. Но не хотят понять, что мы расплачиваемся за то, что в 1917 году допустили коммунистов к власти и они исковеркали, изувечили нормальный путь развития страны. Мы расплачиваемся, и ещё будем расплачиваться всё за то же, всё за то же, всё за прежнее» [4, 423].

Незадолго до возвращения в Россию в своем последнем зарубежном интервью Александр Исаевич Солженицын озвучит свое понимание России: «Россия — это совокупность многих наций, крупных, средних и малых, с традиционной взаимной веротерпимостью, с русским языком — государственным и межнационального общения, и русской культурой — высокого уровня и большого международного веса, воспринятой образованными слоями всех этих народов. Уже перед 1917 управляющий аппарат России был и многонациональным и всесловным» [4, 481—482].

Все высказывания А. И. Солженицына относительно 1917 года, его предпосылок и его последствий — результат почти 50-летней работы с архивами, с подшивками прессы, с документами, с воспоминаниями участников и свидетелей революционных событий. Важное место в этом ряду занимает собственная писательская интуиция и математический анализ Солженицына. Основная задача Солженицына во время бесед с зарубежными журналистами — не просветительская, но просвещенческая — освободить историю от завалов, от мифов и обманов, восстановить историю. Солженицын не только делает выводы о ходе и последствиях событий 1917 года, но и самого читателя настраивает на самостоятельность движения в этом направлении.

Остается вопрос об эволюции взгляда Солженицына на события 1917 года. Действительно, анализ художественных текстов, публицистики писателя позволяет говорить о том, что им пройден путь от увлечения коммунизмом и его трактовкой истории до полного их отрицания. Но необходимо внести уточнение. В случае с Солженицыным само понятие «эволюция» не совсем корректно. Мы настаиваем на сложном формировании этического и эстетического кредо писателя. Путь этот включает не эволюцию, а именно прозрение и постепенное углубление авторского понимания истории, связанного с осознанным стремлением уйти от субъективности взгляда. «Внутренняя цензура и пристрастный отбор» двигали Солженицыным, когда он в ходе воссоздания «истории русской революции» собирал и досконально изучал материалы, на протяжении всей работы отбирая наиболее убедительное из всех доказательных, вычеркивая лишнее, избыточное, перегружающее

поток исторического повествования. Главная задача писателя перед читателем, перед современником — настроить его на понимание истории, ее непредвзятое осмысление.

В год 100-летия русских революций события 1917 года и их последствия стали основой целого ряда произведений новейшей литературы [5, 166—175]. Думается, такой интерес вызван не только юбилейным синдромом, но прежде всего актуальностью в наше беспокойное время аналитического взгляда на недавнюю историю. Современное поколение читателей, получивших в 1990-е годы прививку от обманов истории, требует глубокого «осмысления написанного в актуальном для него контексте, заставляя внимательно просмотреть материал и осознать губительность событий революции и гражданской войны в России, приложить это знание к современной ситуации и отказаться от подобного сценария развития общества» [6, 28—29]. Одно из самых авторитетных мнений по этому вопросу принадлежит А. И. Солженицыну.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алтынбаева Г. М. Уроки Февраля Семнадцатого: солженицынский код в современном медиапространстве

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского

Алтынбаева Г. М., кандидат филологических наук, доцент кафедры русской и зарубежной литературы Института филологии и журналистики

E-mail: gulnarama@gmail.com

/ Г. М. Алтынбаева // Медиакультурное пространство России, Европы и Северной Америки как пространство риска: материалы межд. научно-практич. конференции, посв. 100-летию гуманитарного образования в Саратовском университете им. Н. Г. Чернышевского, 1—3 марта 2017 г. — Саратов, 2017.

2. Солженицын А. И. Публицистика: в 3 т. / А. И. Солженицын. — Ярославль, 1996. — Т. 2: Общественные заявления, письма, интервью.

3. Алтынбаева Г. М. Любители революций и любящие революцию в творчестве А. И. Солженицына / Г. М. Алтынбаева (статья по материалам выступления на Межд. науч. конф. «Эпоха «великих потрясений» в литературе, языке и культуре» (Курский государственный университет, 2017) сдана в печать).

4. Солженицын А. И. Публицистика: в 3 т. / А. И. Солженицын. — Ярославль, 1997. — Т. 3: Статьи, письма, интервью, предисловия.

5. Герасимова Л. Е. Поиск «магического кристалла» в современном романе о революции и гражданской войне / Л. Е. Герасимова // Герасимова Л. Е. Пунктирная линия жизни: сб. ст. / Л. Е. Герасимова. — Саратов, 2018.

6. Павленко Р. И. Литературная критика в российских общественно-политических изданиях и новых литературных журналах второй половины 1990-х годов: дис. ... к. филол. н. / Р. И. Павленко. — Саратов, 2016.

Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky

Altynbaeva G. M., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian and Foreign Literature Department

E-mail: gulnarama@gmail.com.

К ПРОБЛЕМЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ТИПОЛОГИИ НАРЕЧИЙ ОБРАЗА ДЕЙСТВИЯ

А. В. Дегальцева

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского*

Поступила в редакцию 20 октября 2017 г.

Аннотация: в статье предлагается классификация лексико-семантических групп русских наречий образа действия, выполняющих в предложении роль собственно второстепенных членов. Исследование проводится на материале текстов, функционирующих в научном, официально-деловом, художественном, публицистическом и обиходно-бытовом стилях речи. Данные, полученные в ходе анализа, могут быть полезны для дальнейшего изучения семантики и функций наречий образа действия.

Ключевые слова: семантика, наречие, наречие образа действия, второстепенный член предложения, функциональные стили речи.

Abstract: the article offers a classification of semantic types of Russian adverbs of manner, performing the role of a secondary part of the sentence. The study is carried out on the texts, functioning in the scientific, formal and business, artistic, journalistic and colloquial styles of speech. The results of the study may be useful for the further study of semantics and functioning of adverbs of manner.

Keywords: semantics, adverb, adverb of manner, secondary part of the sentence, functional styles of speech.

По своему значению русские наречия разделяются на два лексико-грамматических разряда: собственно-характеризующие, обозначающие свойства, качества, способ действия, интенсивность проявления признака, и обстоятельственные, называющие место, время, условие, причину, цель или совместность совершения действия [1]. Среди собственно-характеризующих можно выделить наречия образа действия и наречия степени.

Если рассматривать наречия образа действия в формально-синтаксическом аспекте, нетрудно заметить, что они способны выполнять три функции: быть собственно второстепенными членами предложения, выступать в качестве детерминантов [2] или становиться предикатами. С позиций семантического синтаксиса можно говорить о том, что данные наречия выполняют функцию предиката базовой или побочной пропозиции, а также являются сирконстантами [1].

В статье представлена типология основных лексико-семантических групп наречий образа действия, выступающих в роли собственно второстепенных членов предложения. Исследование проводилось на материале 250000 предикативных единиц, извлеченных из текстов разных функциональных стилей: научного, официально-делового, художественного, публицистического и обиходно-бытового. К анализу привлекались тексты разных жанров: научные статьи, монографии, авторефераты и диссертации;

деловые письма, уставы, договоры, Конституция РФ, сообщения МИД РФ, выступления государственных деятелей; романы и рассказы современных авторов; статьи в газетах и журналах, а также записи обиходно-бытовых бесед, хранящиеся на кафедре русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного СГУ имени Н. Г. Чернышевского. На основе полученных данных был составлен словарь наречий образа действия (около 5500 единиц), анализ которого позволил представить типологию объектов исследования.

В последние десятилетия в лингвистической науке неоднократно предлагались семантические классификации русских наречий [3—8]. Однако общепринятой типологии до сих пор не существует. В рамках данной работы предлагается объединить наречия образа действия, выступающие в роли собственно второстепенных членов предложения, в 11 крупных лексико-семантических групп. Безусловно, большой объем и разнородность лексического материала не позволяют представить более полную классификацию, однако попытаемся выделить самые распространенные лексико-семантические группы подобных наречий.

I. Параметрические наречия. Они представлены наиболее разнообразно, поскольку используются в текстах разных стилей. В основу типологии данных наречий могут быть положены следующие параметры: скорость (*быстро, медленно*), громкость (*громко, тихо*), длина (*коротко, длинно*), ширина (*широко, узко*), высота (*высоко, низко*), густота (*густо, жидко*), плотность (*плотно, разреженно, рых-*

ло), глубина (*глубоко, мелко*), размер (*огромно, микроскопически*), резкость (*резко, нерезко*), чёткость (*чётко, нечётко*) и др.

II. Наречия способа совершения действия. В зависимости от характера этого действия могут быть выделены подгруппы наречий со значениями: 1) способа перемещения в пространстве (*автостопом, вплавь, пешком*); 2) способа произнесения (*вслух, мысленно*); 3) особенностей приговора (*всмятку, вкрутую*); 4) способа стрижки или бритья (*наголо, налысо, ежиком*); 5) способа представления информации (*схематично, таблично, графически*); 6) способа и формы выпуска продукции (*мелкосерийно, малолитражно*); 7) особенностей размещения в пространстве при падении (*ничком, навзничь, плашмя*) и др. Наречия способа совершения действия нередко обладают ограниченной лексической сочетаемостью.

III. Наречия со значениями сменяемости и очередности (*посменно, поочередно, повзводно*).

IV. Адвербиальные лексемы, характеризующие происходящее с точки зрения реальности (*наяву, действительно, ирреально*).

V. Наречия со значениями формы существования и воплощения объектов (*априори, апостериори, виртуально, материально*).

VI. Наречия, выражающие степень близости или подобия объектов (*одинаково, аналогично, приближенно, отдаленно*).

VII. Слова, называющие степень однородности объектов или явлений (*однородно, гомогенно, неоднородно*).

VIII. Наречия со значением соответствия привычному положению дел, обычаю или традиции (*обычно, обыкновенно, традиционно, необычно*).

IX. Наречия, выражающие эксплицитность или имплицитность проявления признака (*явно, эксплицитно, имплицитно*).

X. Слова, отражающие исходную позицию восприятия, суждения или оценки (*библиографически, географически, математически*). В высказывании такое наречие занимает место директива, свойственное предложно-падежным формам существительных (например, с позиции кого-то или чего-то, с точки зрения кого-то и т.д.).

XI. Наречия, называющие инструмент или метод действия (*индуктивно, философски, научно, алгебраически*).

Итак, мы представили краткую семантическую типологию наречий образа действия, выступающих

в качестве собственно второстепенных членов предложения. Исследование показало, что параметрические наречия и наречия способа действия представлены наиболее широко. Они употребляются в разных сферах общения. Некоторые лексико-семантические группы наречий образа действия, напротив, распространены лишь в определенных типах дискурса. Так, наречия со значениями формы существования и воплощения объектов, исходной позиции восприятия, суждения, оценки, а также метода действия употребляются преимущественно в научной или деловой коммуникации.

Наши наблюдения за употреблением изучаемых единиц позволили заметить, что часть наречий образа действия выполняет функции, свойственные именным синтаксемам, например, называет метод действия или точку зрения, в рамках которого происходит оценка явления. В зависимости от контекста употребления одно и то же наречие может быть отнесено к нескольким семантическим группам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Русская грамматика / гл. ред. Н. Ю. Шведова. — М.: Наука, 1980. — В 2 т. — Т. 1. — 789 с.
2. Дегальцева А. В. К вопросу о статусе адвербиальных компликатов в синтаксической системе русского языка / А. В. Дегальцева // Филология и человек. — 2017. — Вып. 2. — С. 104—111.
3. Битехтина Г. А. Семантико-синтаксические разряды определительных наречий в русском языке и условия их функционирования: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Г. А. Битехтина. — М., 1979. — 252 с.
4. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове): Учеб. пособие для вузов / В. В. Виноградов / Отв. ред. Г. А. Золотова. — М.: Высш. шк., 1986. — 640 с.
5. Глуценко О. А. Наречия образа действия в классификационном и сопоставительном аспектах: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01 / О. А. Глуценко — Владивосток: Изд-во Дальневост. гос. ун-та, 2006. — 52 с.
6. Панков Ф. И. Опыт функционально-коммуникативного анализа русского наречия: на материале категории адвербиальной темпоральности / Ф. И. Панков. — М.: МАКС Пресс, 2008. — 448 с.
7. Савёлова Л. А. Семантика и прагматика русского наречия: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01 / Л. А. Савёлова. — Северодвинск: ООО Партнер, 2009. — 48 с.
8. Шахматов А. А. Из трудов А. А. Шахматова по русскому языку (Учение о частях речи) / А. А. Шахматов // Под ред. Н. М. Шанского. — М.: Гос. учеб.-педагогич. изд-во Министерства просвещения РСФСР, 1952. — 272 с.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского

Дегальцева А. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

E-mail: deganna@mail.ru

Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky

Degaltseva A. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian Language, Speech Communication and Russian as a Foreign Language Department

E-mail: deganna@mail.ru

РЕВОЛЮЦИЯ КАК НАУЧНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В ТВОРЧЕСТВЕ М. А. БУЛГАКОВА

Е. А. Иваньшина

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 23 апреля 2017 г.

Аннотация: в статье рассматриваются две фантастические повести М. А. Булгакова («Роковые яйца» и «Собачье сердце»), в сюжете которых сатирически и философски преломляется революционная идея переделки мира и человека, смоделированная как утопический научный эксперимент. Актуализируя мифологические, исторические и литературные аллюзии, автор статьи показывает, как в булгаковских повестях изображается столкновение двух систем — традиционной и новой — и как оценивается результат этого столкновения.

Ключевые слова: история, карнавал, утопический эксперимент, наполеоновская идея, аллюзия, конфликт текстов, ритуал, культура.

Abstract: the article reviewed two fantastic story by M. A. Bulgakov ("the Fatal Eggs" and "Heart of a Dog"), in the plot of which satirically and philosophically refracted revolutionary idea of remaking the world and man. It modeled as a utopian science experiment. Actualizing the mythological, historical and literary allusions, the author shows how Bulgakov's novels appeared the clash of two systems — traditional and new — and how is the result of the crash.

Keywords: history, carnival, utopian experiment, the Napoleonic idea, allusion, conflict of texts, ritual, culture.

Среди высказываний М. Булгакова о революции есть две фантастические повести, написанные в 1924 («Роковые яйца») и 1925 («Собачье сердце») годах. В каждой из них рассказывается о научном эксперименте, в котором преломляется историческое событие, потрясшее мир. Эти повести можно рассматривать как два симметричных высказывания в жанре философской сатиры, главным объектом которой является идея улучшения миропорядка. Имеет смысл говорить об этих повестях как о вариантах одного исторического сюжета, темой которого является революция 1917 года.

В обеих повестях мы имеем дело со столкновением двух систем. Две столкнувшихся системы — это два мира (старый и новый), представленные в поэме А. Блока «Двенадцать», ставшей знаковым текстом о русской революции. В «Роковых яйцах» старый мир представляют попадья Дроздова с её куроводческой артелью и профессор Персилов с его научной лабораторией. В «Собачьем сердце» старый мир представлен собакой, наделённой безошибочным классовым чутьём, и профессором Преображенским. Собака связывает булгаковскую повесть с блоковской поэмой, в которой кощунственно зарифмованы *нѣс* и *Христос*. Однако булгаковское восприятие революции не совпадает с блоковским. В своей оценке новой исторической парадигмы Булгаков проявляет себя как традиционалист.

В булгаковских повестях конфликтующие системы представлены как биологические виды (куры

и змеи в «Роковых яйцах», животное и человек в «Собачьем сердце»). Между системами устанавливается коммуникация, приводящая к замене элементов одной системы элементами другой (в «Роковых яйцах» это случайная выбор Рокком змеиных яиц вместо куриных, в «Собачьем сердце» — замена семенников и гипофиза собаки донорским материалом человека). Результатом этих замен являются фантастические существа, не отвечающие ожиданиям экспериментаторов.

Сюжеты повестей эквивалентны между собой: в обеих авторская рефлексия направлена на порождающий процесс, в обоих разыгрывается переход от старого к новому, который оборачивается возвращением (истории, эволюции, времени) вспять. В обеих повестях Булгаков прибегает к приему контаминации праздничных хронотопов¹, и в обеих праздники оказываются как бы отеснены «Апокалипсисом». В обеих историях замешаны яйца²: они скрывают тайну вида, являются семенем, которое *даёт рас-*

¹ В сферу действия одного праздника непредсказуемо вмешиваются функции другого (в «Роковых яйцах» это Никола Зимний — Преображение, в «Собачьем сердце» рождественско-крещенская символика пародийно сочетается с символикой Пасхи) [1, 61].

² Е. А. Яблоков отмечает, что «чисто физическая причина катастрофы в обоих случаях одна и та же: в первой повести перепутаны «чужеземные» и «свои» яйца, во второй — «удалены яички Шарика и вместо них пересажены мужские яички» [1, 55].

тение по роду своему. Оба сюжета зеркальны в том смысле, что имеют симметричные композиции, основанные на подобию компонентов. В то же время эти сюжеты зеркальны и в другом смысле: они являются отражениями революционного проекта строительства нового мира в одном государстве, то есть зеркалом истории.

Говоря об очевидном эсхатологизме мироощущения М. А. Булгакова, Е. А. Яблоков отмечает, что излюбленная тема писателя — «конец света», смена культурной парадигмы [2, 90—91]. В традиционной культуре момент перехода от старой парадигмы к новой озаглавлен карнавалом, определяющими для которого являются моменты смерти и возрождения. Логика карнавала — логика изнанки, оборотности, пространственно-временной инверсии [3]. Согласно М. М. Бахтину, карнавал празднует уничтожение старого и рождение нового мира [3, 454] и является низовым противовесом официальной культуре, переворачивая устоявшуюся иерархию и реализуя программу антиповедения.

Смену парадигмы последовательно осуществлял Пётр Первый, чья политика была кощунственной по отношению к старому миру. На связь темы революционных преобразований с петровским мифом и распространённость этой аналогии в России 1920-х годов указывает Е. А. Яблоков [2, 65]. Политическая теология царя, сопровождавшая превращение Москвы в императорскую Россию, тоже была осмыслена в свете идеи преображения как перехода в новую веру [4]. В течение тридцати лет царь и его приближенные участвовали в кощунственных церемониях, карнавалных действиях, пародировавших священные таинства и утверждавших божественную природу царской власти. Игровой мир Петра возник в Преображенском. Свои «потехи» Петр систематически приурочивал к святкам как традиционному карнавалному сезону и использовал для утверждения своей власти язык святочной травести.

Революция тоже была осмыслена булгаковскими современниками как карнавал, в частности, карнавал святочный (рождественский). Святочный мир — мир, в котором сталкиваются и смешиваются две интенции — умирания и рождения. Святки — это переходный период в календаре, время паритета между жизнью и смертью. Святочный мир жаждет омоложения.

По данным А. Н. Афанасьева, у греков символом возрождения, обновляющейся жизни была змея. Асклепий изображался с жезлом, обвитым змеею; сын Аполлона, бог врачевства («коллега» Преображенского) и целитель болезней, он обладал силой молодить старых и воскрешать мертвых. Такому искусству его научили змеи [5, 287]. В «Роковых яйцах» змеи — сфера научных интересов профессора Персикова. Циклично чередующиеся фазы жизни и смерти, заданные сначала в предыстории профес-

сора и его научной лаборатории, затем дублируются в симметричной истории попадания Дроздовой с её куроводческой артелью. Вначале две системы (лаборатория Персикова и артель Дроздовой) существуют автономно. Затем история профессора «встречается» во времени с историей попадания (первый открывает луч жизни, у второй в это самое время от чумы мрут куры). Волей Рокка две эти системы соединяются в утопическом куроводческом эксперименте, в рамках которого Рокк хочет вывести новую породу кур с помощью научного инструментария, изъятю в лаборатории Персикова. Результатом взаимодействия Рокка с двумя ранее автономными традиционными системами являются гигантские гады, которые по замыслу должны представлять собой исторический прорыв в области куроводства. Однако Рокк не создает ничего нового.

Вместо исторического прорыва коллективное творчество приводит к историческому анахронизму, которым предстаёт нашествие змей, напоминающее другое, более раннее историческое событие. Катастрофа, которая наступает вследствие эксперимента Рокка, запускает механизм узнавания: место, в котором выращивал своих цыпляток Рокк, србатывает как место памяти, где как бы заново начинается активироваться мифопоэтическая матрица событий 1812 года. Проекция событий повести на исторические события очевидна: змеи наступают в булгаковской повести по тем же дорогам, по которым некогда шли на Москву французы; страшные события происходят в августе (месяц, когда был сожжён французами Смоленск). Начало новой парадигмы оборачивается пародийным апокалипсисом.

«Роковые яйца» можно рассматривать как модель истории, сталкивающей культурный опыт как особый вид зрения, с одной стороны (Персиков-Иванов), и деятельную волю — с другой (Рокк). Эта воля слепа, и ослепляет её наполеоновская идея, которой вооружён Рокк. Узнаванию в новой (революционной) идее идеи старой (наполеоновской) способствуют исторические аллюзии и отсылки к литературным текстам, в которых наполеоновская идея становится сюжетообразующей («Пиковая дама», «Война и мир», «Преступление и наказание»). В «Роковых яйцах» сюжетообразующим является конфликт зрения и слепоты. Проблема в том, что Рокк использует в своём эксперименте два вида инструментария: с одной стороны, это луч, уловленный гениальным правым глазом Персикова, а с другой стороны — революционная идея, которая сама подобна красному лучу, так как служит катализатором определённых процессов. Но зрение Персикова лишено вероломства, которое присуще идее, направляющей действия Рокка. Самонадеянно выхватывая для своих будущих свершений то, что обещает быстрый успех, Рокк не задумывается о происхождении материала, с которым работает. Законы генетики оказываются сильнее

утопической идеи. В конечном счёте Рокк становится невольным соавтором Персикова, испортившим с помощью персиковского инструментария его же материал (змеиные яйца).

Однако ещё до Рокка у Персикова появился соавтор в лице его завистливого и тщеславного ассистента Иванова, который сконструировал камеру, в которой тот же луч был получен в преувеличенном размере. По сути это огромный искусственный глаз, который вскоре перейдёт в управление кипучего мозга.

Толстовскую мысль о столкновении разнонаправленных воле в историческом процессе³ Булгаков разыгрывает как столкновение интересов Персикова — Иванова — Рокка. Столкновение профессора с Рокком разыграно и буквально («он столкнулся со странным, старомодным человеком, пребольно ткнувшись пальцами прямо в кобуру револьвера, висящего у человека на поясе» [7, 95]), причём происходит оно в людской каше, соотносимой с толстовским «роевым началом». Каша — уменьшенная модель истории, понимаемой по-толстовски как стихийный, роевой процесс, как движение толпы, стремящейся к осязаемой, простой цели. И далее: «...в Москве Рокк столкнулся с изобретением Персикова, а в номерах на Тверской «Красный Париж» родилась у Александра Семёновича идея, как при помощи луча Персикова возродить в течение месяца кур в республике» [7, 115]. Описание переживания Персиковым своего открытия является аллюзией на знаменитый эпизод аустерлицкого ранения Болконского: «Как же раньше я не видал его, какая случайность?..» [7, 64]⁴. Убийство Персикова — ударом палки по голове — отсылает к тому же эпизоду⁵. Ещё одна толстовская метафора имеет отношение к романной биографии Пьера и его самочувствию после дуэли с Долоховым: это свернувшийся винт как нарушенная жизненная гармония. В булгаковской повести винт представлен кремальерой «великолепного цейсовского микроскопа», в который заложен «обыкновенный неокрашенный препарат свежих амёб» [7, 59]; именно недокрученный винт даёт пищу глазу, позволяет ему уловить луч, которому суждено стать катализатором катастрофы. Кресло, на котором сидит Персиков перед микроскопом, тоже винтающееся. В булгаковской повести этот двойной винт становится осью колеса истории (или веретена судьбы).

Сначала Иванов на правах соавтора завладевает открытием Персикова, затем Рокк изымает экс-

периментальный инструментарий и вооружает им свою безумную идею. Происходит смешение двух экспериментов, которое заканчивается смешением календарных сезонов: зимняя (морозная) «реплика», возникшая в летнем календарном контексте, обезвреживает змей, как некогда русский холод обезвредил наполеоновскую армию. Но и сами змеи сыграли охранительную роль, защитив человечество от безумной идеи Рокка.

В булгаковских произведениях противовесом революционной истории как новому тексту, пишущемуся здесь и сейчас, в актуальном времени, всегда является текст культуры, который проявляется в ходе чтения как система отсылок к другим (старым) текстам. Именно этот — старый — текст придаёт смысл происходящему. Конфликт текстов смоделирован в каждой из повестей. Старое здесь актуализируется как «своё», новое — как «чужое».

Персиков — южная фамилия, ассоциативно соотносимая с биографией Грибоедова. Грибоедов — участник скандальной двойной дуэли, в результате которой погиб его приятель Шереметев и после которой самого Грибоедова удалили из Петербурга в Персию. В бывшем поместье Шереметевых и происходит знаменитый эксперимент Рокка с яйцами. «Горе от ума» и «Роковые яйца» разделяет в создании временной интервал в сто лет. Тысяча девятьсот двадцать четвертый год (когда была написана повесть) — канун столетнего юбилея восстания декабристов, а тысяча девятьсот двадцать восьмой год (к которому приурочены страшные события повести) — канун столетнего юбилея гибели А. С. Грибоедова. Так что в «Роковых яйцах» перед нами вновь предстаёт узнаваемая умопомрачительная коллизия (вариант *горя от ума*). К грибоедовской эпохе относятся и наполеоновский миф, на который спроецированы события повести.

В «Собачем сердце» в функции старого текста оказывается собака. Внутренний мир собаки ориентирован на старый порядок. Она ненавидит пролетариев и уважает господ. Её классовая ориентация основывается на чутье, которое не обмануть переименованием. Традиционно собака в мифологии выполняет охранную функцию. Здесь, в булгаковской повести, она охраняет старый мир и рефлексировать по поводу перемен. Подобная рефлексия свойственна профессору Преображенскому и его ассистенту доктору Борменталу. Собака, к слову, тоже имеет элементарные лекарские навыки: находясь «на пороге» собачьей жизни, страдая от боли в обваренном боку и размышляя о возможности выживания, пёс занимается диагностикой, обнаруживая определенную осведомленность в медицине.

Функцию старого текста выполняет и знаменитый калабуховский дом. Подобно тому как собаку начинают инородными гормональными фрагментами, в дом вселяются новые жильцы, из-за чего рушится

³ О заинтересованности Булгакова толстовской философией истории см.: [6].

⁴ Ср.: «Как же я не видал прежде этого высокого неба?» [8, 354].

⁵ Вот что чувствует раненый Болконский: «Как бы со всего размаха крепкою палкой кто-то из ближайших солдат, как ему показалось, ударил его в голову» [8, 354].

старый порядок, пропадают калоши и наступает разруха. Дом — модель культуры, которая подвергается натиску истории и приобретает признаки «чужого» пространства. «Свое» пространство подвергается уплотнению. Охранительную роль здесь играет профессор Преображенский.

В эксперименте Преображенского в новом лабораторном существе смешиваются два «текста»: один представляет Шарик, другой — Чугункин. Шариков — новый текст-монстр, который получается в процессе их взаимодействия (вкладывания одного в другое)⁶. В функции языков здесь выступают гормоны. Собака подобна оптической машине, воскрешающей прошлое, тогда как само прошлое представлено материалом, взятым от покойного Чугункина и принесенным в чемодане Борменталем.

События повести приурочены к Рождеству, означенному в дневнике доктора Борментала, где подробно описывается эксперимент Преображенского. Рождество — обновление мира, которому предшествует кризис, вызванный сопротивлением устаревшего, обветшавшего времени наступающему молодому.

Омоложение — не только интенция мира, но и сфера научных интересов профессора Преображенского. Но Преображенский выступает оппонентом революционного переустройства мира, он традиционалист. Культурная память в ситуациях обновления мира традиционно использует обряды. Именно обряды прерывают безвременье и образуют ту матрицу, которая лежит в основе концепции времени; время пульсирует в обрядах (в промежутках между обрядами мир стареет) [9, 124]. Но ритуал обновляет время, обращая его вспять, к точке Первотворения; он возвращает старый порядок, способствует его регенерации [9, 14]. И для календарных обрядов, и для обрядов жизненного цикла ключевой является тема переделывания мира [9, 126].

Та же тема актуализируется в контексте новой исторической парадигмы, представленной в повести новым домкомом, в управление которого переходит старый калабуховский дом. Сначала именно дом начинает разрушаться под натиском истории и становится пространством столкновения двух систем как двух языков. Новая ритуальная система старается вытеснить старую («уплотнение»), но старая система сопротивляется, используя «административный ресурс» (клиенты Преображенского). В то же время сам Преображенский в рамках научного эксперимента проводит операцию, обратную по отношению к тем, что он обычно делает своим клиентам: если людям он пересаживает гормональные фрагменты, взятые от животных, то собаке, наоборот, заменяет гормональные органы человеческими. Два карнавальных по сути эксперимента — социальный и научный —

сходятся в одном пространственно-временном континууме, фокусируются на одном объекте и образуют единое поле значений, что дает эффект взаимовыводимости. Каламбурный подзаголовок повести — *чудовищная история* — как раз и обозначает это поле. Опыт Преображенского вписывается в опыт истории как текст в текст (подобным образом профессорская квартира вписана в калабуховский дом) и удваивает его в функции метатекста. Но исторический и научный эксперименты в повести зеркальны (направлены в противоположные стороны).

В «Собачем сердце» ситуация переделки мира воспроизводится на трех уровнях: 1) смена календарного года; 2) смена исторической парадигмы; 3) завершение жизненного цикла (возможная смерть Шарика и смерть Чугункина). Третий уровень образует сюжетное ядро «Собачьего сердца» и является «текстом в тексте» и в ситуации смены календарного года, и в ситуации смены исторической парадигмы. Жизнь/смерть собаки и смерть/жизнь Чугункина становятся элементами (фазами) двух параллельных текстообразующих процессов: календарного (традиционного) и исторического (нового). В календарном контексте традиционно конфликтуют «мёртвое» и «живое», в историческом — «старое» и «новое». Научный эксперимент профессора Преображенского, несмотря на его новизну, является версией традиционного календарного текста, то есть святочной репликой.

Преображенский выступает сразу в двух традиционных святочных амплуа: доктора и кузнеца: доктор воскрешает козу, а кузнец — перековывает стариков в молодых (другими словами, омолаживает). В «Собачем сердце» последовательно создается карнально-святочный образ перевернутого мира; символом этого мира становится пес, имя которого имеет и космические коннотации (мир=шар). Шарик выполняет функцию инкубатора, в котором зреют «семена», взятые от Клим Чугункина; инкубатор соотносим и с камерами Персикова-Иванова. Но *шар* — это и одно из названий бани [10, 45]. Важнейшей частью бани является печь — каменка (с булыжником) или *чугунка* (с ядрами и чугунным боем) [10, 45]. Чугункин в Шарике — как печь в бане.

В числе традиционных святочных масок есть маска «умруна» (покойника), который неожиданно оживает. В «Собачем сердце» таким умруном и становится Чугункин. В традиционном ряжении чужое (потустороннее) представляется через животное, тогда как в булгаковской повести всё сделано наоборот. Появление Шарикова соотносимо с приходом ряженного: собака («свое») попадает в человечью «шкуру» (ср. с проглатыванием). Первая операция нарушает исходный порядок и разрушает границу между «своим» и «чужим»: совершается подмена живого мертвым. В лице Шарикова происходит вторжение «чужого» (смерти) в пределы «своего», что означает

⁶ В «Роковых яйцах» Шарикову соответствуют гигантские змеи.

продолжение (усугубление) кризисной фазы: квартира Преображенского получает признаки чужести, которые еще раньше получил калабуховский дом. В святочный период такие действия совершенно «законны»: они создают ситуацию временного хаоса, необходимую для обновления мира, разделения сфер и упрочения границ между ними [9, 133]. Первая операция соотносима и с изготовлением ритуального символа (куклы, чучела), который, пожив немного, будет уничтожен второй (обратной) операцией; уничтожение символа означает завершение кризиса и восстановление порядка в квартире (возвращение к изначальной ситуации), что, в свою очередь, должно способствовать восстановлению порядка в доме (одолению Швондера). Как ритуальная фигура (жрец) Преображенский⁷ двумя операциями совершает магический акт, направленный на восстановление старого, традиционного порядка, то есть и в самом деле «лечит» время, воскрешает прошлое. Происходит возвращение действия в начальную точку, ритуально выворачивающее его наизнанку [12, 50—51].

Вспомним, что профессор Преображенский ездит в Большой театр на «Аиду». Регулярные, ритуальные посещения этой оперы втягивают в смысловое поле «Собачьего сердца» египетские аллюзии. В частности, египетский культ смерти и особенности погребения фараонов можно соотнести с советским культом вождя, который мифологизировался как вечно живой. Но египетское в «Собачем сердце» имеет и другой смысловой вектор. В литературе Серебряного века история и атрибутика Египта были прежде всего связаны с идеей умирания русской культуры [13, 58]. Это согласуется с мнением А. Жолковского о том, что «главную мишень Булгакова составляет советская культурная ситуация» [14, 151]. В функции литературы входило создание «новой» генерации людей. Новая литература сама была гомункулусом, так как имела определенные заданные параметры, навязанные правящей идеологией [15, 97—98].

Святочные рассказы традиционно использовали самые разнообразные сюжеты о сверхъестественных явлениях: всё, что не находило объяснения с точки зрения здравого смысла и науки, могло стать пред-

метом изображения в святочном рассказе. Автор «Собачьего сердца», наоборот, сделал учёного главным героем святочной истории и соучастником святочного кошмара. Однако святочный кошмар быстро заканчивается, как правило, он подобен сну, чего не скажешь о кошмаре историческом. Если многие писатели и представляли революцию праздником обновления мира и человека, то М. Булгаков был явно не из их числа. Когда официальная культура становится на путь разрушения, когда верх и низ меняются местами окончательно, сделав апокалипсис нормой жизни, возникает необходимость противостояния такому «карнавалу сверху»⁸. М. Булгаков осуществляет такое противостояние с позиции хранителя культуры, противостоящей *чудовищной истории* (см. подзаголовок повести). В то время как история разрушает культуру, писатель разрабатывает свою стратегию обращения со временем. М. Булгаков использует язык карнавала для утверждения старых, традиционных ценностей, то есть в функции 'отрицания отрицания', чтобы аннулировать неправильную генерацию и возобновить правильную.

В каждом булгаковском произведении центральные персонажи по-своему сопротивляются диктату истории, противопоставляя ей определенную стратегию поведения. Сопротивляется этому диктату и автор. Подобно жрецу, он прибегает к симпатической магии, чтобы сохранить «свой» мир. Для этого писатель создаёт тексты, которые выполняют ритуальную (охранительную) функцию; цель этих карнавальных ритуалов — уберечь «своё» от уничтожения и подорвать тот порядок, который навязывает история. Каждый отдельно взятый булгаковский текст является моделью культуры и отражает конфликтные взаимоотношения культуры с исторической реальностью. История губит культуру, уничтожает ее тексты; актуализируя те или иные культурные ассоциации, автор являет культуру субстанцией не просто сопротивляющейся, но оценивающей, подчиняющей историю своим закономерностям; подвергаясь порче и уничтожению, текст культуры в конечном итоге сохраняется и дискредитирует текст истории (актуализирует его как не-текст).

ЛИТЕРАТУРА

1. Яблоков Е. А. Мотивы прозы Михаила Булгакова / Е. А. Яблоков. — М.: Изд. центр РГГУ, 1997. — 199 с.
2. Яблоков Е. А. Художественный мир Михаила Булгакова / Е. А. Яблоков. — М.: Языки славянской культуры, 2001. — 424 с.
3. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. — М.: Худ. лит., 1990. — 543 с.

⁸ Ср.: «<...> под Порядком, подрыву которого посвящён Карнавал, может пониматься как старый, так и новый режим» [14, 154].

⁷ Соотнесение профессора со жрецом эксплицировано («Жрец снял меловыми руками окровавленный клобук и крикнул <...>» [7]. М. Каганская замечает, что наука у большевиков превращается в разновидность оперативной магии, а ключевой фигурой становящегося общества оказывается врач, доктор, лекарь. «<...> в советской России, в первой четверти XX века врач заталкивается на роль колдуна и шамана в первобытных обществах: как источник и держатель магического знания он наделен сакральными привилегиями и он же — первый кандидат в смертники в случае провала его заклинательных практик (дождь не пошел, вождь умер, бизоны передохли...)» [11].

4. Зицер Э. Царство Преображения: Священная пародия и царская харизма при дворе Петра Великого / Э. Зицер. — М.: Новое литературное обозрение, 2008. — 238 с.
5. Афанасьев А. Н. Поэтические воззрения славян на природу. В 3 т. Т. 2. — М.: Современный писатель, 1995 / А. Н. Афанасьев. — 400 с.
6. Лурье Я. Историческая проблематика в произведениях М. Булгакова (М. Булгаков и «Война и мир» Л. Толстого) / Я. Лурье // М. А. Булгаков-драматург и художественная культура его времени: Сб. Статей. — М.: Союз театр. деятелей РСФСР, 1998. — С. 190—201.
7. Булгаков М. А. Собр. соч.: в 8 т. — Т. 2. — Повести. Записки юного врача. Морфий / М. А. Булгаков; сост. и коммент. Е. А. Яблокова. — М.: АСТ: Астрель, 2008. — 608 с.
8. Толстой Л. Н. Собр. соч.: в 22 т. Т. 4 / Л. Н. Толстой. — М.: Худ. лит., 1979. — С. 354.
9. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов / А. К. Байбурин. — СПб.: Наука, 1993. — 240 с.
10. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Т. 1. — М.: «Худ. лит.», 1935 (воспроизведено со второго издания 1880—1882 гг.) / В. И. Даль. — 724 с.
11. Каганская М. Смерть вождя / М. Каганская // http://plexus.org.il/texts/kaganskaya_sobachia.htm
12. Фарино Е. Паронимия — анаграмма — палиндром в поэтике авангарда / Е. Фарино // Wiener Slawistischer Almanach. 1988. Bd. 21. — С. 37—63.
13. Фатеева Н. А. Поэт и проза: Книга о Пастернаке / Н. А. Фатеева. — М.: Новое литературное обозрение, 2003. — 400 с.
14. Жолковский А. К. Блуждающие сны и другие работы / А. К. Жолковский. — М.: Наука, 1994. — 428 с.
15. Белобровцева И. Роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита». Комментарий / И. Белобровцева, С. Кульяс. — Таллинн: Арго, 2006. — 420 с.

Воронежский государственный педагогический университет

Иваньшина Е. А., доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории, истории и методики преподавания русского языка и литературы

E-mail: sergiencou@yandex.ru

Voronezh state pedagogical University

Ivanshina E. A., is a Doctor of Philology, Professor of the Theory, History and Methodology of Teaching Russian Language and Literature Department

E-mail: sergiencou@yandex.ru

СПОСОБЫ ЭКСПЛИКАЦИИ ОЦЕНКИ В ДИАЛОГИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

У. Д. Камбаралиева

Американский университет в Центральной Азии

М. М. Расулова

Киргизская юридическая академия

Поступила в редакцию 20 февраля 2018 г.

Аннотация: целью данной статьи является характеристика объективации концепта «оценка» в диалогических структурах русских и киргизских художественных текстов и рассмотрение в них способов экспликации значения оценки.

Ключевые слова: концепт, диалог, способы языковой объективации оценки, языковые средства оценки.

Abstract: the purpose of this article is to characterize the objectification of the concept “evaluation” in the dialogical structures of Russian and Kyrgyz literary texts and to consider in them ways to explicate the meaning of the evaluation.

Keywords: concept, dialogue, ways of language objectification of evaluation, language tools for evaluation.

Концепт «оценка» является языковой универсалией и одной из важных лингвистических категорий, имеющей отношение как к когнитивной, так и практической деятельности человека. В языковой системе может быть отражено «взаимодействие действительности и человека в самых разных аспектах, одним из которых является оценочный: объективный мир членится говорящим с точки зрения его ценностного характера — добра и зла, пользы и вреда и тому подобное, и это вторичное членение, обусловленное социально — весьма сложным образом отражено в языковых структурах» [1, 45]. Оценка, выступая как результат оценивания конкретной личностью или же обществом внеязыкового объекта, по своему содержанию является реминисценцией социально закрепленного, устоявшегося отношения с определенными параметрами. Следовательно, языковая объективация оценки связана с «коммуникативной ценностью концепта и коммуникативными потребностями индивидов» [2, 41], и «оценивается то, что нужно (физически и духовно) человеку и человечеству» [3, 12]. Основным методом установления сходства и различий между оцениваемыми объектами и субъектами выступает *сравнение*. Как показал анализ художественных произведений русских и киргизских авторов, значение оценки субъектов или объектов разворачиваемых действий может быть выражено в скрытой (*имплицитной*) или же явной, развернутой (*эксплицитной*) форме, а так-

же оценка может быть передана *вербальным* или же *невербальным* способами.

В художественных произведениях процесс оценивания в большинстве случаев осуществляется с двух позиций: с позиции автора и с позиций персонажей, которые не всегда совпадают друг с другом. И характер экспликации оценки и процесса оценивания может зависеть от структуры текста. Если в описательных текстах автор сам решает, в какой мере выявлять оценку того или иного объекта действий, то в диалогических текстах инициативу оценивания автор произведения полностью предоставляет участникам диалога. Диалог в художественных текстах функционирует как особая структура, которая охватывает сложную совокупность лингвистических и экстралингвистических явлений. Усиливая динамику разворачиваемых в художественном тексте событий, диалог выступает как способ самораскрытия внутреннего мира персонажей произведения и может нести различную функциональную нагрузку. Из целого множества функций диалога в тексте *функция характеристики* сопровождается оцениванием, когда человек старается установить соответствие между воспринимаемым им явлением и своими сформированными ранее на протяжении определенного времени параметрами опыта.

Как показал анализ диалогов художественной литературы, оценки могут быть сформированы на основе *чувственного восприятия, на эмоциональной и прагматической основах*. Например: — *Ии, айтпадым беле сага, алмалар быша элек, кол тийгизбе деп!– Менин колум тийген жок, жөн эле*

кичине тиштеп көрдүм. — Кандай экен? — Ачуу... — Ишендиңби эми? — Ооба... (Дословно: — Вот, я же тебе говорил, что яблоки еще не поспели, не при- трагивайся! — Я не трогал руками, просто откусил маленько... — Ну и как? — Кислые... — Поверил те- перь? — Да...). Здесь описывается случай, когда ре- зультат оценки качеств воспринимаемого объек- та органами чувств не совпадает с воображаемым эталоном оценки. В подобных диалогах эксплици- руются такие антонимические понятия, как слад- кий-кислый, мягкий-жесткий, и т.д., которые про- тивопоставляются на основе опыта, полученного при помощи органов чувств.

Эмоциональная оценка человека представляет собой субъективную оценку, выведенную на осно- ве его эмоциональной реакции на внешние раздра- жители. Объекты окружающего мира «затрагивают мир говорящего, его цели и установки, нормы пове- дения и поэтому являются важными для него» [4, 67]. Особую эмоциональность оценки в диалогах разговорной речи можно объяснить тем, что в про- цессе коммуникации для говорящего зачастую не столь важно передать какую-либо определенную информацию, сколько выразить свое отношение к сообщаемому или же уже известному [5, 230]. На- пример: — Ты того... Ты счастлив... счастливый! Ну, да, счастливый! Родинка — это, говорят, счастье (Шолохов).

Наиболее объективной оценкой является прагма- тическая, которая основывается на интерпретации полярных признаков объекта. Сравнение с существующим в данном социуме эталоном проводится на осно- ве объективно-логической основы. Оценивание персонажей в диалогах может реализоваться с двух позиций: с положительной к негативной, с негатив- ной к положительной, поскольку «...семантический комплекс «хорошо — плохо» принадлежит к разря- ду градуированных понятий, в которых каждый ан- тоним указывает направление уходящей в противо- положные бесконечности шкалы, разделённой осью симметрии... Нарастание одного признака по шкале добра и зла оборачивается убыванием другого» [6, 332—333].

При вербальном способе экспликации значения оценки в диалогах русского и киргизского языков активно используются средства разных величин — от дериватов и лексем до целых конструкций. Отри- цательные средства отличаются повышенной эмо- циональностью, а положительные выражают более спокойную оценку. В русском языке для выражения субъективной оценки часто используются демину- тивы, т.е. уменьшительно-ласкательные, уничижи- тельные, субъективно-оценочные, и т.п. единицы (Например: *глазенки*). В киргизском языке подобные средства не так широко представлены (*жетимче* — *сиротинушка*). Для экспликации субъективной оцен- ки в диалогах киргизских и русских авторов чаще

используются сравнительные конструкции (как..., аффикс -дай: как ребёнок — баладай).

В отличие от русского языка особую эмоциональ- ную оценку в диалогах киргизского языка выражают причастия и причастные обороты (*элестүү сөздөр*), которые на русский язык переводятся описательно: *шалпайган* — не следящий за внешним видом; *какый- ган* — худой, прямой, любящий порядок. Подобные слова киргизского языка сочетают в себе внешнюю и внутреннюю оценку-характеристику и относятся к эндемичным концептам [7, 40].

В диалогических структурах русского и киргиз- ского языков значения оценки в первую очередь вы- ражается прилагательными, наречиями с оцениваю- щей семантикой (*жакшы* — *хороший*, и т.п.), а также может быть выражено эксплицитно и имплицитно в наименованиях лиц, животных, предметов и дей- ствий (*эшек-осел*, *бревно-дөңгөч*). Если в функциони- ровании подобных лексем в диалогах, имплицитно актуализируется сравнение с каким-нибудь этало- ном, то высказывание становится оценочным. Оцен- ка в диалогах имплицитно может быть соотнесена с семантикой высказываний, и при этом она может быть конкретизирована и дополнена каждым из участников разговора.

В диалогических структурах передача вербализо- ванной оценки часто сопровождается авторским опи- санием паралингвистических, невербальных спосо- бов выражения оценки участниками коммуникации, что способствует созданию более точной характери- стики персонажей или событий художественных тек- стов. Согласно концепции Е. М. Вольф, оценка может быть ограничена элементами меньшими, чем слово, но может характеризовать и группу слов и целое вы- сказывание [5, 5]. Например, использование в диало- гах междометий и звукоподражательных слов вме- сте с описаниями невербальных средств позволяет автору раскрыть не только отношение персонажа к собеседнику или к содержанию высказывания, но и определенные черты его характера, проявля- ющиеся в виде реакций в определенных ситуациях.

Следовательно, концепт «оценка» может быть вербализован разнообразными языковыми сред- ствами, к числу которых можно отнести единицы всех уровней языка, способствующих наиболее пол- ной объективации признаков «продуктивного ком- муникативного поведения» (термин И. А. Стернина) [8, 110] участников диалогов художественного тек- ста. В первую очередь, выбор автором вербальных средств оценки и включения в текст описания не- вербальных средств, использованных для выраже- ния оценки, связаны с особенностями экспликации субъективного отношения говорящего к объектам и субъектам диалога. С одной стороны, оценка им- плицитно или эксплицитно соотносится с лингвисти- ческими и паралингвистическими компонентами диалоговой структуры, а с другой, с семантикой вы-

сказываний текста. При этом оценивающая семантика не является статической, она может меняться в зависимости от взглядов участников диалога на критерии сравнения. Но на особенности формирования оценочных параметров оказывают влияние социально обусловленные эталоны, нормы и стереотипы, которые в своих общих чертах могут храниться неизменными даже на протяжении многих эпох. Исходя из этого, оценки считаются социально закрепленными явлениями, функционируя как эталоны в отдельно взятом обществе или же в масштабах человечества.

Таким образом, анализ вербальных и невербальных способов экспликации оценки в диалогах русских и киргизских текстов показал сложность проблемы оценочности, затрагивающей своим содержанием специфику мышления и структурирования в сознании человека концептуальных иерархий, являющихся результатом интерпретаций характеристик и признаков человеком и получающих или не получающих языковую реализацию.

Американский университет в Центральной Азии

Камбаралиева У. Дж., профессор, отделение общеправовых дисциплин

E-mail: u.kambaralieva@gmail.com

Центр государственного, официального, мировых языков и лингвистических технологий, Киргизская юридическая академия

Расулова М. М. преподаватель

E-mail: merira1@rambler.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. — М., 1988. — 341 с.
2. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — М.: Восток-Запад, 2007.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — М.: Языки русской культуры, 1999.
4. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика / Н. Н. Болдырев. — Тамбов: Изд. ТГУ, 2002.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. — М., 2002.
6. Арутюнова Н. Д. Сравнительная оценка ситуаций / Н. Д. Арутюнова // Изв. АН СССР Сер. лит. и яз. — 1983. — Т. 42. — № 4. — С. 332—333.
7. Стернин И. А. Эндемичные киргизские концепты (на фоне русского). / И. А. Стернин, У. Д. Камбаралиева // Сопоставительные исследования 2016. — Воронеж: Истоки, 2016. — С. 36—41.
8. Стернин И. А. Избранные работы. Теоретические и прикладные проблемы языкознания / И. А. Стернин. — Воронеж: Истоки, 2008.

American University of Central Asia

Kambaralieva U. J., Professor, Department of General Education

E-mail: u.kambaralieva@gmail.com

The Center of state, official, world languages and linguistic technologies, The Kyrgyz Law Academy,

Rasulova M. M. Lecturer

E-mail: merira1@rambler.ru

«МОДНОЕ» И «НЕМОДНОЕ» СЛОВО В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

А. С. Колпакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 декабря 2017 г.

Аннотация: статья посвящена изучению субъективной оценки «модного/немодного слова» в языковом сознании носителей русского языка.

Ключевые слова: психолингвистический эксперимент, модное слово, немодное слово, концепт.

Abstract: the article is devoted to “fashionable / unfashionable word” subjective evaluation of language consciousness of Russian language speakers.

Keywords: psycholinguistic experiment, fashionable word, unfashionable word, concept.

Оценка слова как *модного / немодного* оказывает влияние на употребление его в речи, оценку употребления слова говорящими с моральной точки зрения, с точки зрения культуры речи и т.п.

Целью проведенного психолингвистического эксперимента явилось выявление субъективного восприятия *модного / немодного слова* в бытовом сознании носителей русского языка. Исследуется метаязыковое сознание носителей русского языка — их отношение и оценка ими явлений языка.

С целью выявления субъективной оценки языковых единиц носителями русского языка был проведен психолингвистический эксперимент. Задача исследования — выявить слова, рассматриваемые языковым сознанием как *модные / немодные* и выявить основания, по которым носители языка дают словам, употребля-

емым в русском языке, такую оценку в эксперименте.

Респондентам предлагалось письменно ответить на вопросы, содержащиеся в следующей инструкции: «Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте. Мы изучаем, как люди воспринимают слова русского языка.

Нас интересует, какие слова русские люди считают *модными, немодными*. Просим Вас привести не менее 3 примеров таких слов и просим кратко указать, почему Вы так считаете. Все Ваши ответы будут правильными. Пожалуйста, укажите ваш пол, возраст и кем работаете. Спасибо!»

Испытуемым предлагалось заполнить таблицу, в которой они указывали свои ассоциации и их интерпретацию. Перед таблицей им предлагался вопрос-стимул:

Какие слова Вы считаете модными? Объясните, почему.

модное слово	3 примера	Почему?
	1.	
	2.	
	3.	

Какие слова Вы считаете немодными? Объясните, почему.

немодное слово	3 примера	Почему?
	1.	
	2.	
	3.	

Участниками эксперимента стали 236 информантов (118 мужчин и 109 женщин). Время работы не ограничивалось. Следует отметить, что для заполнения анкеты в среднем потребовалось 15—20 минут, но у некоторых это время возрастало до 20—30 минут. Фиксировался пол, возраст (от 18 лет) и род деятельности испытуемых

В эксперименте приняли участие студенты 1—5 курсов и сотрудники Борисоглебского фи-

лиала Воронежского государственного университета, курсанты 3—4 курсов Краснодарского высшего военного училища летчиков им. А. К. Серова, воспитатели детских садов и учителя школ г. Борисоглебска, военнослужащие, работники разных социальных сфер.

В результате эксперимента было получено 606 реакций на *модное слово*, представленных 274 разными словами. На основе полученных результатов было сформировано номинативное поле концепта «модное слово».

Количество информантов — 236.

Ядро:

Лабутены; селфи — 18.

Ближняя периферия:

I-phone — 15; вэйп; вэйпер — 11; бабки; лайк — 10; изи; стиль; хайп; чекиниться; шарить — 8; бизнес; жест; репост; тренд; тусовка — 7; авторитет; блогер; гаджет; свитшот — 6.

Дальняя периферия:

Бутик — 5; гламур — 5; кайф — 5; кэш — 5; лакшери (luxury) — 5; трэш — 5; хипстер — 5; Instagram — 4; круто — 4; лол — 4; окей — 4; патриотизм — 4; пранк — 4; респект — 4; супер — 4; хештег — 4; чикса — 4; юзать — 4; блог — 3; бойфренд — 3; вайны — 3; война — 3; годно — 3; гомункул — 3; гуглить — 3; дратути — 3; инет — 3; класс — 3; клёво — 3; мачо — 3; менеджер — 3; патимейкер — 3; рофлить — 3; стёб — 3; стилист — 3; толерантность — 3; уважуха — 3; фитнес — 3; хейтер — 3; чат — 3; чика — 3.

Крайняя периферия:

Oxumiron — 2; Wi-fi — 2; аватарка — 2; беспредел — 2; борода — 2; бренд — 2; бутик — 2; веб-нап — 2; визажист — 2; ВКонтакте — 2; вписка — 2; хай; хейтерить; хейтить; хостел; хэллоу; чао; чепок; чокер; чушка; шаверма; шалун; шаурмен; шкелиться; шмон; шопинг; шоу — 1.

Отказ — 15.

Что касается *немодного слова*, в результате эксперимента было получено 488 реакций, представленных 311 словами. Номинативное поле концепта «немодное слово»:

Ядро:

Дискотека — 10; книга — 9.

Ближняя периферия:

Мобильник — 8; автомобиль — 7; барсетка; матерные слова; сигареты; чувак — 6.

Дальняя периферия:

Братва; клёво; любовь; плакат — 5; изба; коммунист; круто; папироса; продавец; работа; фуфайка; цирюльник — 4.

Крайняя периферия:

Авоська; алкоголь; валенки; водка; галоши; звонит; ку; магнитофон; не разделяю слова на «модные» / «немодные»; парикмахер; пипец; стилига; телеграф; телефон; тёлка; то бишь; уборщица; уважение; фотография; чика; чмоки-чмоки — 3; сударушка; съезд; чинёнки; чтение; чувиха; шлягер; эйфория; эко-терапия; электронная книга; эсэмэска; Юдашкин — 1.

Отказ — 30.

Проанализировав полученные результаты, приходим к выводу, что номинативное поле «модных» слов имеет ярко выраженное ядро и четко очерченную структуру. Обратим внимание также и на очень объемную крайнюю периферию *модного слова*, которая представлена 261 реакцией.

Метаязыковой признак «модного слова» представлен в основном словами, связанными с модными предметами (лабутены, I-phone, вэйп, гаджет), действиями (селфи, лайк, репост, чекиниться и т.д.), молодежным сленгом, словами, относящимися к сфере цифровых технологий.

Следует также отметить, что среди «модных» слов встречается большое количество слов, которые понятны только возрастной группе от 14 до 25 лет (хайп, вэйп, краш, моралфаг, прожарка и т.д.).

Номинативное поле «немодных» слов имеет нечетко выраженное ядро и структуру. Невелика по объему ближняя и дальняя периферия, очень обширная крайняя периферия (составляет 77,5% от общего количества реакций (378 реакций), из них 225 единичных реакций).

Метаязыковой признак «немодного слова» представлен в основном словами, описывающими предметы, вышедшие из употребления, предметы и явления, которые заменили новыми словами (дискотека, изба, плакат и т.д.), получившими замену синонимами, бранной лексикой и наименованиями вредных привычек; при этом их значение информанты до сих пор в основном понимают. В процессе эксперимента у респондентов возникали трудности, и 30 респондентов отказались отвечать на данный вопрос (самое большое количество отказов).

Таким образом, концепт *модное слово* четко сформирован в обыденном языковом сознании носителей русского языка и представлен отчетливо в языковом сознании конкретными лексическими единицами. У респондентов не возникало трудностей в ходе эксперимента. В основном этот концепт представлен словами, характеризующими модные предметы и явления. Концепт «немодное слово» гораздо менее четко сформирован в языковом сознании носителей языка и более субъективен, индивидуализирован в языковом сознании.

Результаты исследования свидетельствуют о гораздо большей субъективности и вариативности языкового сознания в отношении немодных слов, нежели в отношении модных слов.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ И СЕРБСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ)

М. В. Лапыгина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакции 12 сентября 2017 г.

Аннотация: статья посвящена анализу лексических средств создания положительного образа политика в русских и сербских печатных СМИ. Выявлены тематические группы лексических единиц, используемых для формирования имиджа политического деятеля в России и Сербии, и представлена их сопоставительная характеристика.

Ключевые слова: имидж, политический дискурс, позитивная характеристика.

Abstract: the aim of this study is to compare the positive characteristics of Serbian and Russian politicians in Russian and Serbian print media. To this end, we extracted the contexts through which the media most often give the public an idea of the place and weight of the politician in social processes and form his positive image.

Keywords: image, political discourse, positive characteristics.

Одной из задач средств массовой информации в современном мире является задача формирования в сознании избирателей определённого имиджа политического деятеля. Цель данного исследования — выявить тематические группы лексики, используемой для положительной характеристики политического деятеля в русских и сербских печатных СМИ, и провести их сопоставительный анализ. Из русских («Известия», «Взгляд», «Ведомости», «Дни.ру») и сербских («Политика», «Правда», «Данас») газет за 2012—2017 гг. извлекались контексты, включающие номинации положительных качеств личности политика.

Использование методики опоры на «ключевые слова» [1, 8], позволило выявить в рамках исследуемого материала несколько тематических групп, часть из которых реализует общие тенденции создания положительного имиджа политика и в России, и в Сербии, а часть отражает национальные особенности.

Общими для СМИ обеих стран являются следующие тематические группы.

1. **Интеллектуальные способности.** Интеллектуальные качества политика — одна из главных составляющих создания положительного образа в русских СМИ (13%). Ключевые слова данной группы — **разум** (11%), **ум** (2%). Например: «Он **разумный** человек, понимает, что вечно быть у руля он не может, и его задача сейчас — подготовить команду молодых, чтобы оставить на них партию» («Известия», 24.02.2013). В сербских печатных СМИ ана-

логичная лексика используется значительно реже, чем в русских (5%). Ключевые слова — **интеллектуалац** (интеллектуал) (3%), **мислилац** (мыслитель) (2%). Например: «Агенција наводи да је Мекмастер, чије је пуно име Херберт Рејмонд, високо цењени војни тактичар и **стратешки мислилац**» («Политика», 20.02.2017).

2. **Политический опыт.** Ключевое слово — **опыт** (19%), искусство (серб. опыт) (7%) (опыт). Например: «Лично к Нарусовой я отношусь с большим уважением — как к политику **с колоссальным стажем и опытом**» («Известия», 22.10.2012), «Према томе, он је одличан кандидат и сигурно једини са **таквим искуством које Србија има**» («Правда», 24.01.2016).

3. **Способность политика к интенсивной деятельности** (8%). Ключевые слова — **энергичный** (4%), **активный** (3%), **динамичный** (1%), **енергија** (9%). Например: «Большинство россиян считают президента **активным, энергичным ...** мужчиной в расцвете лет» (интернет-газета «Дни.ру», 25.10.2012); «Новаковић је одлучио да напусти странку и да „сву **своју енергију и** капацитете стави на располагање председничком кандидату Вуку Јеремићу» («Политика», 26.02.2017). В русских печатных СМИ лексические средства характеристики способности политика к интенсивной деятельности более разнообразны, чем в сербских, что отображается в количестве ключевых слов.

4. **Нравственно-этические качества.** Лексика этой группы является важным средством создания положительного имиджа политика. Ключевые сло-

ва в русских печатных СМИ — **честность** (5%), **совесть** (3%), **честь** (3%), **интеллигент** (2%), **культура** (2%). Например: «Удачи тебе, Сергей! А всё остальное: ум, **совесть**, **честь** — у тебя есть» («Взгляд», 07.11.2012). Ключевые слова в сербских печатных СМИ — **чист** (перен. зн. чистый) (3%), **искрен** (искренний) (3%), **принципи** (принципы) (2%), **истина** (истина) (1%), **без афере** (без афер) (1%). Например: «Јерemiћ је један од ретких бивших кадровa ДС-а који се на време повукао из унутрашње политике и остао је **чист и некомпромитован**» («Правда», 25.01.2016). Особенно следует выделить такие нравственно-этические качества личности сербского политического деятеля, как поддержка и готовность помочь (5%). Данные лексические единицы активно используются сербскими и не используются русскими СМИ. Например: «Želim da čujem što veći broj građana, da vidim na koji način **moгу da im pomognem** i da zajednički dođemo do rešenja» («Danas», 20.02.2017).

5. **Волевые качества политика.** В них проявляется способность политика отстаивать политические интересы. Довольно часто и в русских, и в сербских СМИ встречается образ «борца» — человек борется за решение каких-либо конкретных и важных для избирателей проблем. Ключевые слова в русских СМИ — **борец**, **боец**; в сербских — **борба** (борьба) (6%), **борац** (борец) (5%), **храброст** (храбрость) (5%). Например: «Для людей он **настоящий боец**» («Аргументы и факты», 03.10.2012). В российском политическом дискурсе встречается и образ «суровый начальник». При этом слова с отрицательной оценкой приобретают противоположную направленность. Например: «Сам он уже зарекомендовал себя как **жесткий и последовательный боец с коррупцией...**» («Взгляд», 14.03.2013). Сербские печатные СМИ используют ключевое слово «храбрость», которое не встречается в рассмотренном нами материале российских печатных изданий. Например: «У својој борби „**против паразитског система и партократије**“ Саша Радуловић, како је то једном приметио његов некадашњи партијски сарадник, а сада потпредседник СПС-а Предраг Марковић, подсећа на Таличног Тома који **се бори против неправде**» («Политика», 25.01.2016). Проявление волевых качеств связано также с длительным противостоянием и моральной твердостью политического деятеля (3%). Например: «Очекујем да Вучић **не попусти** и да **остане чврст**, да ће напредњаци једногласно данас да потврде његову кандидатуру» («Политика», 17.02.2017).

6. **Лидерские качества.** Ключевые слова в русских печатных СМИ — **лидер** (4%), **руководитель** (3%), **влияние** (3%), **незаменимый** (1%), **номер один** (1%). Для усиления речевого воздействия обычно используются прилагательные-распространители. Например: «А наш президент сейчас является одним из **ключевых мировых лидеров**» («Взгляд», 02.10.2013).

Данная группа слов является самой многочисленной при создании положительного имиджа политика в Сербии. Ключевые слова — **фаворит** (4%), **лидер** (3%), **харизма** (3%). Например: «Ребело де Соуза (67), који је и професор права, бивши министар, члан парламента и некадашњи лидер Социјалдемократске партије десног центра, важио је за **апсолутног фаворита** на изборима међу групом од 10 кандидата». («Политика», 24.01.2016). В сербских печатных СМИ в отличие от русских в рамках исследуемого материала характеристика лидерских позиций политика раскрывается с помощью такого качества личности, как «харизма». В политическом дискурсе харизма — это способность политического деятеля вызывать особое отношение, доверие, поклонение. Например: «Жосе Мурињо (52), подржао је председничку кампању Ребела де Соузе којег је назвао **харизматичним победником**». («Политика», 24.01.2016).

7. **Коммуникативные способности политика.** Политик должен быть человеком, способным убеждать и способным вести за собой народ. Ключевые слова — **диалог** (4%), **дар убеждения** (2%), **простой в общении** (2%), **доброжелательный** (2%). Например: «На последнее мероприятие в МГУ его пригласили именно как чиновника с репутацией «**открытый, продвинутый и дружелюбный**» («Ведомости», 12.02.2013). Ключевые слова сербского политического дискурса в данной группе отличаются от русского и включают следующие лексемы: **разговор** (разговор) (6,5%), **помирить** (помирить) (6,5%). Политик должен стремиться к сохранению мирной политической ситуации, используя свой дипломатический талант. Например: «Ја нисам од оних који који лупају шаком о сто и ствари пресецају, све и најтеже **ситуације морају да се решавају разговором**». («Политика», 21.01.2016).

Таким образом, анализ показал, что в составе ключевых слов русского и сербского дискурса, формирующих положительный образ политика (за исключением групп «интеллектуальные способности» и «политический опыт»), проявляются отличия. Несмотря на то, что большинство ключевых понятий в сербском и русском языках совпадают, печатные СМИ используют для привлечения внимания избирателей и создания положительного имиджа политического деятеля разные лексические единицы. Например, в группе лидерских качеств сербские печатные СМИ употребляют в качестве ключевых слов прилагательные в превосходной степени и лексему «харизма», в русских печатных изданиях ключевыми словами являются слова «лидер», «руководитель», «влияние», «незаменимый», «номер один».

В процентном соотношении совпадающих в двух языках лексических групп также наблюдаются различия. Сербские печатные СМИ акцентируют внимание на лидерских способностях политика (20%) и его волевых качествах (19%), в то время как рус-

ские печатные издания чаще используют лексические единицы, обозначающие нравственно-этические качества (15%) и опыт политика (19%), что свидетельствует о разных приоритетах общественного сознания.

Данные различия во многом обусловлены геополитическими факторами. На протяжении всего своего существования сербам приходилось «постоянно бороться за национальную независимость» [2, 72], поэтому лидерские качества политического деятеля, его готовность защищать свою страну и народ, традиции и самобытность являются для них приоритетными.

Русские в своем большинстве намного спокойнее, чем сербы, обладающие южным темпераментом. Мудрость, вдумчивость, рассудительность — черты,

которые ценятся в русском обществе. Опыт в сознании народа часто связывается с мудростью и рассудительностью, поэтому печатные СМИ так часто используют эту лексическую единицу при создании положительного имиджа политика.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соломатов С. И. Ключевые слова в журналистском портрете политика и предпринимателя: автореф. дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / Станислав Иванович Соломатов. — Екатеринбург, 2005. — 22 с.

2. Правда Е. А. Некоторые особенности коммуникативного поведения представителей сербскоязычной культуры / Е. А. Правда // Коммуникативное поведение славянских народов / ред. проф. П. Пипер (Сербия), проф. И. А. Стернин (Россия); Воронеж, 2004. — Вып. 19. — 226 с.

Воронежский государственный университет

Лапыгина М. В., аспирант кафедры общего языкознания и стилистики

E-mail: maria.lapygina@gmail.com

Voronezh State University

Lapygina M. V., Postgraduate Student of the General Linguistics and Stylistics Department

E-mail: maria.lapygina@gmail.com

ТЕКСТ КАК ОСНОВА ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ

М. Г. Литвинцева, Н. Г. Лебедева

*Липецкий государственный педагогический университет
имени П. П. Семенова-Тян-Шанского*

Поступила в редакцию 23 апреля 2017 г.

Аннотация: статья посвящена изучению фразовых глаголов английского языка в контексте, поскольку именно текст (устный, письменный) способствует лучшему пониманию и усвоению структурно-семантической характеристики этих глаголов, а также приобретению навыков употребления их в речи. Данные языковые единицы могут стать специальным объектом изучения на занятиях по домашнему чтению.

Ключевые слова: фразовые глаголы, устный и письменный текст, структурно-семантическая характеристика, домашнее чтение.

Abstract: the article deals with the examining and studying of the English phrasal verbs in the text since it is the text (both oral and written) that really helps see and understand the character of structural and semantic sides of these verbs. It justifies the idea that phrasal verbs can be looked upon as a special object for analyzing and studying when working with the texts at home-reading classes.

Keywords: phrasal verbs, oral and written text, structural and semantic sides, character, home reading.

Английские фразовые глаголы зачастую являются камнем преткновения для большинства иностранцев, изучающих этот язык. Однако без знания этих специфических единиц языка нет правильного знания английского языка. В связи с чем многие статьи и пособия предлагают разнообразные методы изучения данных глаголов, вплоть до заучивания определённого количества их каждый день. (В результате, вероятно, будешь уметь их декламировать как стихи и не будешь уметь употреблять в собственной речи.)

Для практических целей изучения и понимания природы фразовых глаголов прежде всего необходим их анализ как особого структурно-семантического комплекса на основе структуры и семантического содержания.

По структуре фразовые глаголы традиционно определяют как комплексы:

А: двухкомпонентные: а) глагол + предлог (по сути — предложное дополнение): wait for smb; look after sb/sth; keep to sth.; б) глагол + наречие: look out; give smth up; come round.

Б: трёхкомпонентные: глагол + наречие + предлог (т.е. предложное дополнение): look forward to smh; put up with sb, sth; come down to sth.

В комплексах данных групп выделяются более детальные подгруппы: 1) по синтаксическому признаку: переходные — непереходные; 2) по семантическому: идиоматические — неидиоматические. Все эти признаки тесно переплетены между собой.

Первая трудность, с которой сталкиваются студенты при анализе структуры, это позиция объекта: при двухкомпонентном фразовом глаголе с раздельной структурой он может либо следовать за комплексом, либо быть внутри него — put on sth/ put sth on; figure out sth/ figure sth out — и при этом нет чётких правил, за исключением таких известных, как: 1) если дополнение выражено местоимением, его положение — внутри комплекса, между глаголом и наречием: put on your hat — put it on; sort out the letters — sort them out; 2) если дополнение распространённое или многословное, оно следует за вторым компонентом: figure sb out — figure out that strange man.

В остальных случаях это проблематично. В современных фразеологических словарях материал обычно так и подаётся в двух вариантах [1,25].

Тем не менее наблюдения показывают, что неподвижностью структуры, то есть недопущением вклинивания, обладают большинство двухкомпонентных комплексов: глагол + предлог (wait for, wait on, look after, etc), глагол + наречие (в т.ч. идиомы: let up, speak up, etc), а также трёхкомпонентные комплексы (put up with, look forward to, fall in with, etc), где объект идёт после предлога.

А сказывается ли положение объекта на семантическом содержании комплекса? В ряде фиксированных случаев от места объекта меняется значение всего комплекса: see through sb — видеть кого-то насквозь, то есть понимать его поведение (Don't think you can fool me — I can see right through you); see sb through sth — поддержать кого-то, дать возможность, продержаться какое-то время, помочь пройти через

трудности (His courage and good humour has seen him through bad times). Именно поэтому следует научить студентов больше обращать внимания на позиционное положение объекта при работе со словарём и с текстом.

Кстати, в словаре Эрика Партриджа есть любопытная заметка по поводу места объекта во фразовых глаголах. Когда автора спросили, какое правило действует во фразах "Take your hat off" and "Take off your hat" (сними шляпу) "He laid his riffle down" and "He laid down his riffle" (положи ружьё), etc.?, он ответил так: "I should not care to say that there is a rule. But it would appear that where the emphasis lies on the object (hat, riffle), the order is "Take off your hat" and "He laid down his rifle"; where the emphasis lies on the adverb, the adverb comes last, as in "Take your hat off" and "He laid his riffle down". This is a matter of idiom; and it is dangerous to be dogmatic about idioms" [4,231]. (Нельзя сказать, что здесь есть правило. Но, похоже, что если нам интересен объект, то порядок слов — Take off your hat, He laid down his riffle ./т. е. объект идёт после наречия/, если же интересно действие, то наречие идёт после объекта: Take your hat off; He laid his riffle down.) (перевод авторов).

В дальнейшей литературе, посвященной фразовым глаголам, рассуждения подобного рода встречаются довольно редко, хотя это явление должно быть достойно внимания, поскольку всё зависит от того, **что** является предметом сообщения — **объект или действие**. В подтверждение этой мысли можно сослаться на следующую иллюстрацию из словаря Cambridge Phrasal Verbs Dictionary [5, 268]: to round off sth/ to round sth off — "To round off the lesson we had a quiz on the new words we'd learned; We rounded the meal off nicely with some coffee and mints". Ибо в первом предложении предмет сообщения — объект (lesson), а во втором — действие (rounded off). То же явление можно увидеть в текстах современной художественной литературы. Например, "She went up to her bedroom to sort out her emotions." — предмет сообщения — «чувства». "She needed some time, away from him, to sort her feelings out." — предмет сообщения — действие «разобраться» [6,115].

Вторая трудность для изучающих. При анализе структурно-семантической характеристики фразового глагола необходимо обращать внимание, особенно русскоязычных студентов, ещё на один немаловажный фактор, это — **фактор ударения компонентов**. Почему-то данное явление не находит должного внимания при обсуждении этих комплексов, однако не зная этого, нельзя их ни услышать, ни произнести правильно.

Считается, что второй компонент глаголов группы **глагол + предлог** обычно **неударный**, поскольку является **предлогом**, т.е. его гласная редуцируется. Однако в ряде ситуаций гласная предлога не редуцируется: а) финальная позиция в предложении,

б) позиция перед неударным местоимением, в) падение на него специального эмфатического ударения. Например, — "I saw him speaking to the president." — "Yes, and later he spoke FOR the president". Во втором предложении предлог for — контраст предлогу to в первом, поэтому на него падает ударение и звук {o:} не редуцируется в отличие от гласной предлога в первой фразе. Необходимо также добавить, что **при произнесении комплекса предлог примыкает к объекту, а не к глаголу, и между глаголом и предлогом едва слышна очень короткая пауза**. "It took her months to get over the 'shock of Richard leaving [7, 80].

Наречие же — компонент фразовых глаголов групп **глагол + наречие, глагол + наречие + предлог** — **в большинстве случаев ударно**. Добавим, что при произнесении комплекса наречие примыкает к глаголу. "She was impatient to cast off the restraints of formality" [7, 101]. **Паузы между глаголом и наречием нет**.

Однако среди лингвистов, комментирующих факт ударения, нет единого мнения.

Короче говоря, осознание явления ударения студентами очень важно, ибо оно тесно связано с семантическим содержанием фразового глагола. Опыт работы показывает, что факт ударения зачастую игнорируется русскоязычными студентами, что делает их речь в этом случае не только непонятной, но и неправильной. Поэтому акцентный признак требует специальной отработки.

Но всегда ли легко понять, что это — предлог или наречие? **И это ещё одна трудность**. Многими авторами словарей и пособий отмечается, что границу между ними не всегда просто провести. Между тем, к сожалению, не в каждом словаре можно найти пометки о том, чем является второй компонент комплекса.

Тем не менее главный критерий определения предлога — наличие за предлогом дополнения в форме местоимения, существительного, глагольной формы -ing, или предложения, отвечающего на вопрос кто?, что?

При этом предлог не имеет ударения и во время произнесения в контексте присоединяется к дополнению, о чём говорилось выше. Только контекст помогает отличить предлог от наречия: He climbed silently up to the nursery.... He reached down into the crib and took the Baby Lindbergh into his arms and went swiftly back down the ladder [8, 5].

Думается, что также при анализе комплекса **глагол + предлог** русскоязычными студентами, в целях лучшего усвоения сходств / различий между русским и английским языками, целесообразно сосредоточить их внимание на следующих важных факторах: 1) функциональное совпадение предлогов при английских и русских глаголах: get sth out of sth / sb — извлечь что-то из чего-то, know sth from sth — отли-

читать что-то от чего-то (Do you know a mouse from a modem? — Отличаешь мышку от модема?; Anyway, I'd better get back to work. — Пожалуй, я вернусь к работе); 2) несовпадение предлогов (в англ. и русском): fawn on s.o. — подлизываться к кому-то, заискивать перед кем-то; 3) наличие предлога в английском комплексе там, где его нет в русском: ждать кого-то — wait for sb, обслуживать кого-то — wait on sb. и др.

Комплекс (глагол + наречие) + предлог особенно интересен изучающим английский язык в семантическом аспекте, поскольку наличие предлога зачастую меняет семантическое содержание комплекса. Сравнить give up (оставить что-то, бросить заниматься чем-то) — give up on sth / sb (отказаться от кого-то/чего-то, отступить от, потерять).

При этом не помешает лишний раз напомнить студентам, что дополнение, следующее за предлогом — это существительное (noun) или -ing-form глагола, ни в коем случае не инфинитив, употребление которого в данной структуре является грубейшей ошибкой (прежде всего это относится к комплексам с предлогом "to": come down to sth/ to doing sth, look forward to sth/ to doing sth), ибо студенты совершенно автоматически воспринимают его как часть инфинитива, отсюда — досадная ошибка, избежать которую помогут специальные тренировочные упражнения. He was looking forward to lunching with Paula and Michael. Thanks for telling me about your plans, and I'm looking forward to working with you on the programme. [9, 158].

Что касается **грамматической стороны**, фразовые глаголы, как и regular verbs, могут иметь все соответствующие видо-временные и заложенные формы to look forward to sth — I was looking forward to her coming; to give up — he has given up, to allow for sth — smth is allowed for by sth; to look after sb — sb is looked after.

Наряду с определёнными выше структурными группами комплексов есть немногочисленные фразовые глаголы, которые **предпочтительно** употребляются в пассиве be taken aback, be done for, или употребляются **только в пассиве** be cut up for sth, be fed up with sb, sth, be booked up = not enough time available for sb, etc. Этот тип фразовых глаголов не должен игнорироваться в процессе работы.

По семантическому содержанию фразовые глаголы обычно подразделяются на две основные подгруппы: 1) **неидиоматические (non-idiomatic)**, содержание которых складывается из содержания составляющих их компонентов (это в основном глаголы группы глагол + предлог: agree with sb, sth; wait for sb, и частично глагол + наречие: keep away from sb/sth, think back, etc. 2) **идиоматические**, содержание которых проявляется только в контексте, ибо оно не выводимо из значения составляющих.

При этом регулярное значение некоторых наречий может частично подсказать значение комплек-

са: например, **off, away, down, out**, etc, в связи с чем необходимо знакомство с семантической структурой наречий. Например, целый ряд глаголов с компонентом **away**: **win away, wish away**, etc становится ясным, поскольку away в них связан, хотя и в различной степени, со значением **«прочь»**: He replaced eating cornflakes with continually inviting Angela out to dinner in an effort **to win her away from** his old friend (отвоевать); I had four children myself. Three girls and a boy. And each time, those first few weeks were the most magical time of all. You want to cherish those moments. Don't **wish** it all **away**. (не отказывайся, не избавляйся от этого) [6, 10]. В то же время только в контексте можно увидеть и другое значение данного наречия — **значение длительности или непрерывности процесса, упорства**: The little man passed by **champing away** at his gum (не переставая жевать); His victim **was rotting his life away** in jail (гнил/«прогнивал» в тюрьме/) [6, 112]. While **he sunned away on Barbados**, the city would gridlock once again... (валялся бы на солнце.) [7, 10].

Без контекста невозможно понять и оттенки значений многозначных фразовых глаголов. Рассмотрим это на примере комплекса **«take over»**. I took the bar in nineteen fifties, it was quite run down. then. (перешел ко мне) [10, 144]; Antonio had heard the rumour, that the town had been taken over and the mayor had been arrested. (город уже занял впар) [10, 232]; Pablo appeared to take over at the bar. (встал за стойку) [10, 258]; Hotels were taken over for the soldiers. (заняли под солдат) [10, 254]; She was driving. He said he would take over in a little while. (сменит её за рулём) [10, 264]; Monika seems to be taking over everything slowly but surely. (прибирала к рукам) [10, 375].

Отсюда следует, что студентов необходимо научить вчитываться в контекст, а не прибегать сразу же к помощи словаря (словарь потребуется позже для ознакомления со смысловой структурой данного комплекса). Кстати, этот метод может способствовать лучшему запоминанию и пониманию глагола, а отсюда и скорейшему приобретению навыка его употребления в речи. Именно текст (устный, письменный) помогает студенту понять и освоить структурно-семантическую сторону фразового глагола.

Из вышеприведённого анализа природы фразовых глаголов следует, что контекст, которым, в частности, могут быть тексты для домашнего чтения, является одним из условий для необходимого понимания, осознания и запоминания фразовых глаголов, а также для освоения их правильного употребления в речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорьев С. В. Фразовые глаголы: Учебно-справочное пособие С. В. Григорьев. — СПб.: КАРО, 2003. — 272 с.
2. Ильченко В. В. Фразовые глаголы в английском языке / В. В. Ильченко. — М.: Эксмо, 2015. — 288 с.
3. Митрошкина Т. В. Английские фразовые глаголы:

учебный справочник / Т. В. Митрошкина. — Минск: Тетра-Системс, 2011. — 96 с.

4. Partridge Eric. Usage and Abusage: A Guide to Good English / Eric Partridge. — Penguin Books, 1999. — 416 p.

5. Cambridge Phrasal Verbs Dictionary, Second Edition. — Cambridge University Press, 2006 — 378 p.

6. Kinsella Sophie, Cocktails for Three / Sophie Kinsella. — London: Black Swan, 2010. — 300 p.

7. Grisham John. The Broker / John Grisham. — New York: A Dell Book, 2008. — 422 p.

8. Patterson J. Along Came a Spider / J. Patterson. — New York: Grand Central Publishing, 2001. — 494 p.

9. Archer J. The Collected Short Stories / J. Archer. — London: Pan Books, 2012. — 975 p.

10. Hislop V. The Return / V. Hislop. — London: Headline Review, 2008, — 432 p.

Липецкий государственный педагогический университет им. П. П. Семенова-Тян-Шанского

Литвинцева М. Г., кандидат филологических наук, доцент

E-mail: semashko@lipetsk.ru

Лебедева Н. Г., кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: sabajdy5@mail.ru

Lipetsk State Pedagogical University named after P. P. Semyonov-Tyan-Shansky

Litvintseva M. G., Candidate of Philology, Associate Professor of the English Department

E-mail: semashko@lipetsk.ru

Lebedeva N. G., Candidate of Pedagogy, Associate Professor of the English Department

E-mail: sabajdy5@mail.ru

ИОГАНН АРНДТ И ЧЕРНОВИКИ СВ. ТИХОНА ЗАДОНСКОГО «О ИСТИННОМ ХРИСТИАНСТВЕ»

Д. В. Мельников (иеромонах Гавриил)

*Липецкий государственный педагогический университет
имени Семенова-Тян-Шанского*

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье впервые изучается текст черновика §§ 419—427 сочинения Св. Тихона Задонского «О истинном христианстве». Показано существенное литературное влияние текстов немецкого мистика И. Арндта на данный черновик (не менее 50-ти заимствований). Св. Тихон Задонский из пастырских соображений исключает из беловой версии сочинения западную христианскую лексику («образ сатаны» в человеке, богословие «ран Христа»), присутствующую в черновике. Одновременно он сохраняет общехристианские идеи, лежащие в основе этой лексики. Принимая синтез И. Арндта в области учения о спасении и аскетики, Св. Тихон обогащает его учением о сыновстве христиан по отношению к Церкви. С этим связаны литургические и агиографические источники Св. Тихона, с помощью которых он интерпретирует и развивает темы И. Арндта. На основе исследования версия тверского происхождения черновика окончательно отвергается.

Ключевые слова: Св. Тихон Задонский, Иоганн Арндт, рукописи, черновики, источниковедение, текстология, литературное влияние, образ Божий, образ сатаны, раны Христа, учение о Церкви, аскестика, западная богословская мысль.

Annotation: in this article, for the first time the rough copies text, namely par. 419—427, taken from St. Tikhon Zadonsky's work "True Christianity", are examined. A significant literary influence of the German mystic writer J. Arndt on these rough copies (at least 50 adoptions) is shown. For his pastoral reasons, St. Tikhon Zadonsky excludes western Christian vocabulary ("the image of Satan" in a man, the "wounds of Christ" theology) found there from his composition fair copy. At the same time, he preserves the ideas shared by all Christians as the basis for this vocabulary. Accepting J. Arndt's synthesis in the field of the salvation and asceticism doctrine, St. Tikhon Zadonsky enriches the former with his teaching about the sonship of Christians with respect to Church. St. Tikhon's liturgical and hagiographic sources are related to those ideas of his and using them he interprets and develops J. Arndt's themes. The version of the Tver origin of the rough copies is finally rejected and assumed as the research basis.

Keywords: St. Tikhon Zadonsky, John Arndt, manuscripts, rough copies, source studies, textual criticism, literary influence, the image of God, the image of Satan, the wounds of Christ, the doctrine of the Church, asceticism, Western theological thought.

В № 2 за 2017 г. данного научного журнала был рассмотрен «макроуровень» впервые идентифицированных нами отрывков черновика сочинения Св. Тихона Задонского «О истинном христианстве» [4]. Объем и план черновика подсказали нам время и место его создания — Толшевский и Задонский монастыри Воронежской губернии, 1768—1769 гг. Беловая версия была создана в 1770—1771 гг. В этой статье мы обратимся к рассмотрению указанных черновиков на «микроуровне», т.е. на уровне конкретных текстов и их источников.

Особенно интересен по значительному объему и сравнительно большому числу отличий от беловой версии отрывок черновика, находящийся в фонде 609 НИОР РГБ. Он содержит черновики 9 параграфов со-

чинения (§ 419—427). Нами впервые расшифрованы черновики §§ 420—427, черновик же § 419 был расшифрован в XIX веке и печатался в изданиях Полного собрания сочинений Св. Тихона начиная с 1875 г. (этот текст мы расшифровали заново).

Как показывает тщательное сопоставление, текст черновика содержит множество следов литературного влияния сочинения немецкого мистика Иоганна Арндта «О истинном христианстве».

Это не удивительно, сочинение Св. Тихона «О истинном христианстве» и было вдохновлено одноименным произведением немецкого автора. Акцент обоих произведений на «плодах веры», «христианстве сердца», отличающих «истинное христианство» от «ложного», в значительной степени совпадают.

Иногда утверждалось как очевидное, что Св. Тихон, создавая свое произведение, воспроизводил мо-

тивы И. Арндта по памяти, поскольку келейник едва успевал записывать свободно льющиеся мысли святителя [7, 39—40]. Логика этого утверждения ошибочна, поскольку «О истинном христианстве», как показывают рукописи, было написано святителем собственноручно [9]. Рукой келейника зафиксированы другие, более поздние произведения святителя, например «Сокровище духовное от мира собираемое».

Более того, в черновиках §§ 419—427 мы находим не менее 50 скрытых цитат, реминисценций, характерных выражений из текста И. Арндта. Для восьми сравнительно небольших параграфов — это очень значительный уровень литературной зависимости, показывающий, что текст И. Арндта лежал на столе Св. Тихона и был опорой для написания ряда его текстов.

Почти все заимствования из И. Арндта Св. Тихон сохраняет и в беловой версии. В беловике он даже расширяет заимствования из И. Арндта, в частности, восполняя некоторые цитаты и фрагменты, в черновике использованные не полностью. Такая работа была возможна только в том случае, если книга И. Арндта была у Задонского святителя под рукой как при написании черновика, так и при создании беловика.

Таким образом, утверждение немецкого ученого Г.-Д. Дёпмана, приводимое им без доказательств, что Св. Тихон взял книгу Арндта с собой в монастырское уединение, оказалось правильным [12, 26]. Сопоставление текстов показывает также правильность утверждения Г.-Д. Дёпмана о том, что Св. Тихон пользовался переводом И. Арндта на славянский язык, осуществленным Симоном Тодорским и изданным в 1735 г. [2], и отклоняет утверждение А. В. Карташева о том, что святитель имел текст И. Арндта в переводе Франциска Скорины «на церковно-славянский язык с чешско-белорусской окраской» [6, 500].

Особенно интересны следующие данные, могущие пролить свет на рецепцию Св. Тихоном идей И. Арндта.

В черновике § 419, как мы уже указывали в одной из наших работ [3], единственный раз Св. Тихон использует выражения И. Арндта «образ сатаны», «образ дьявола» как характеристику душевного состояния грешника [9]. Эти выражения И. Арндт заимствует у И. Таулера и, возможно, М. Лютера. Согласно отрывку черновика святителя Тихона, образ сатаны становится в человеке результатом личных грехов, таким образом, он здесь характеризует скорее не врожденное, а приобретенное нравственное состояние человека. У И. Арндта образ сатаны рожден через падшего Адама всем людям. Используя в черновике эти выражения немецкого автора, святитель отказывается от них в беловике и более нигде и никогда их не использует. Святителем, повидимому, движет пастырская осторожность, бережное отношение к пастве. Создавая сочинение для своей паствы, богословски необразованной, он исключает

выражения, не характерные для православной духовной лексики, могущие быть поняты превратно, вызвать нарекания богословов и, главное, смутить простой народ.

Св. Тихон сохраняет в беловике лишь идею нравственного уподобления грешного человека свойствам сатаны и, повидимому, близко подходит к точке зрения самого И. Арндта, который понимал «образ сатаны» в человеке, по всей видимости, аналогичным образом как страстность, как врожденную склонность воли поступать греховно.

В черновике § 419 святитель использует и образ И. Арндта «дьявольское злое семя» в человеке, приносящее «богомерзкие плоды», а также арндтовский образ грешной души как «ужасного страшилища» [9]. В беловик § 419 эти образы не вошли, но, повидимому, лишь потому, что святитель избегает некоторых повторений, так как уже ранее использовал данные выражения в беловой версии, например, в § 27.102 — «злое змеиное семя», в § 27.60, § 27.63, § 64, § 66 — «страшилище» [10, Т. II—III].

В черновике § 421 мы встречаем еще один образ, заимствованный из пунктов 1.8.16; 2.1.1 и 3.19.4 сочинения И. Арндта [1]. Св. Тихон говорит о том, что человек может исцелить любую язву, нанесенную грехом его душе, «верою приложив к себе» «язвы Христа». Здесь Св. Тихон, сам того не подозревая, перенимает через И. Арндта западную традицию размышления о ранах Христа, восходящую к Бернару Клервоскому. И. Арндт несколько устранился от практики эмоционального сопереживания страданиям Христа, известной ему из сочинений Анжелы де Фолиньо. Он понимает язвы Христовы более трезвенно, ближе к пониманию И. Таулера, как символ любви Бога, Искупления человека Христом и единения с Ним в скорбях. Святитель перенимает именно этот подход, который не противоречит православному учению и духовной практике. Вспоминая язвы Христа, христианин утешается тем, что искупительным страданием Христа любой его грех может быть прощен, а изливаемая вследствие Искупления любовь и благодать Бога способны врачевать его страсти и соединить с возлюбленным Христом. Святитель Тихон здесь перенимает учение И. Таулера в интерпретации И. Арндта, в которой усилено понимание язв Христа как символа любви Бога [11, 119—120].

Однако лекарство «язв Христовых» не попадает в беловик сочинения «О истинном христианстве». Вероятно, святитель вновь чувствует нехарактерность для языка Православной Церкви подобной лексики и решает ее исключить. Впрочем, видимо, его горячая любовь ко Христу и практикуемое им размышление о страстях Христовых сделали для него символ язв Христовых достаточно близким. Размышление о «язвах Христовых», вероятно, практиковалось русским святым и в более поздние годы. Этим, повидимому, можно объяснить то, что он все таки вернулся

к этому символу и использовал его в одном из самых поздних и зрелых своих сочинений.

В § 55 «Сокровища духовного от мира собираемого», написанном примерно в середине 1778 г., мы встречаем: *«О бѣдный грѣшникъ! куда ты отъ Того убѣжиши, Который вездѣ есть?... Отъ правды Его къ благодати Его, и отъ суда его къ милости Его бѣжи... И сокрывайся въроу въ пресвятыя язвѣхъ Христовыхъ. Се есть градъ убѣжища, къ которому христіане прибѣгаютъ и безопасно сокрываются отъ гнѣва Божія! О Иисусе! сынове чловѣчестіи въ кровь крилу Твоею надѣются имутъ. Якоже птенцы подѣ крилами кокоша, тако грѣшники подѣ кровомъ благодати и чловѣколюбія Твоего сокрываются»* [10, Т. IV].

Мы видим, как арндтовские интерпретации И. Таулера Св. Тихон вполне свободно трансформирует: язвы Христовы как символ любви Бога и Искупления становятся у русского святого целебным пластырем утешения (черновик § 421 «О истинном христианстве», 1769 г.), городом убежища (§ 55 «Сокровища духовного», середина 1778 г.), наполненным милостью Евангелия. Последний образ «города убежища», также взятый у И. Арндта, оказывается у Св. Тихона равносильным крыльям и покрову милосердия Божия. Интересно, что тема язв в черновике оказывается интерпретацией пунктов 1.8.16 и 2.1.1; 3.19.4 сочинения И. Арндта, а в «Сокровище духовном» — скорее вариацией пункта 3.13.3 текста И. Арндта [1]. Это показывает, что Св. Тихон продолжал на протяжении всей своей жизни, начиная с 1764 г., использовать образы И. Арндта и, вероятно, «проживать» их в своей духовной молитвенной практике. В практике святителя действительно видны некоторые западные формы, однако, за ними скрывается, как мы видели, абсолютно православное размышление о таинстве Искупления и любви Бога к человеку.

Для черновика «О истинном христианстве», как и для беловой версии, характерно то, что Св. Тихон значительно упрощает и разъясняет пункты И. Арндта. Дело в том, что, как говорит сам святитель, он пишет для простого народа, а И. Арндт писал для значительно более образованной аудитории. Русский святой свободно компилирует и комбинирует мысли и тексты из сочинения И. Арндта, выстраивая их в ином порядке.

В целом догматическое и нравственно-аскетическое учение, содержащееся в рассматриваемом фрагменте черновика, оказывается идентичным учению И. Арндта. Та открытая для всех концепция, которую И. Арндт создал в своих четырех книгах «О истинном христианстве» оказалась близка к православному мировоззрению, за исключением некоторых приглушенных астрологических симпатий. Это произведение И. Арндта можно рассматривать как одну из важнейших вершин западного богословия, т.к. он смог синтезировать лучшие стороны нескольких западных традиций, в частности, лютеранства (учение

о Слове Божием и об оправдании), средневековой мистики (учение об освящении) и средневековой теософии (богословие природы). В результате синтеза этих лучших черт у И. Арндта получилась концепция, близкая к Православию. Св. Тихон доработал ее, окончательно воцерковив. Те же частные мнения И. Арндта, которые немецкий мистик не афишировал (герметизм, спиритуализм), так сказать, потаенный слой арндтовской концепции, Св. Тихон вряд ли мог опознать.

В каком же направлении Св. Тихон будет дорабатывать концепцию И. Арндта? Это усиление учения о Церкви. Тема Церкви как тела Христова и христиан как его членов играет в учении И. Арндта достаточно большую роль. Но у И. Арндта, как кажется, тема Церкви все же есть скорее раздел христологии и сотериологии, а у Св. Тихона эклесиология получает более самостоятельное и акцентированное звучание. Некоторые малые следы этого усматриваются в черновике. Так, в черновой версии § 420 арндтовский пункт 2.44.2, где говорится о страданиях «членов Христовых», принадлежащих «духовному телу Его» [1], трансформируется в учение о том, сколь велика честь быть **«членом Церкви святой»** [9], а в беловике в честь быть уже **«сыном Церкви святой, живым членом Христовым»** [10, Т. III]. Выражения «сын Церкви», «Церковь-Мать» не характерны для И. Арндта с его оттенком спиритуалистического индивидуализма, но органично вписываются в православную образность Церкви-Матери Св. Тихона Задонского, встречающуюся у него довольно рано (с 1765 г.), в третий год пребывания на Воронежской кафедре.

Можно показать, что поэтические элементы творчества Св. Тихона были вдохновлены некоторыми гимнами И. Арндта, однако далее святитель проявил незаурядный собственный талант. Это проявляется и в черновике «О истинном христианстве». Так, в черновике § 421 видно, как пункт 2.2.12 И. Арндта святитель разворачивает в небольшую «поэму» о победе Христа, вступившего за грешников, свободно сотканную из библейских и литургических мотивов. В беловике же он дорабатывает этот «гимн» и добавляет: «и поем Ему: ако Побѣдителю враговъ наших, и нашему Избавителю: возшелъ еси на высоту, плѣнилъ еси плѣнь». Так святитель сделал явным свой источник, арндтовский текст он дополняет библейской цитатой и интерпретирует на основе церковной певческой традиции (ср., например: Октоих, канон воскресный, глас 4, песнь 6, тропарь 1; канон крестовоскресный, глас 7, песнь 6, тропарь 1). Святитель как бы «пропевает» свой текст по образцу церковных песнопений. Так мысли и образы И. Арндта Св. Тихон интерпретирует и обогащает, используя литургическое Предание Св. Церкви.

В черновике § 422 к учению И. Арндта Св. Тихон добавляет и отрывок из агиографического источника, точнее, из жития преп. Нифонта от 23 декабря.

Этот текст полностью переходит в беловую версию сочинения.

Учитывая столь значительное использование Св. Тихоном текста И. Арндта при написании черновика «О истинном христианстве», следует окончательно отвергнуть теорию, согласно которой, в основу этого гигантского произведения легли гипотетические тверские уроки святителя (1759—1761 гг.). Влияние И. Арндта прослеживается в творчестве Задонского святого лишь с мая 1764 г. [5], следовательно, черновики были написаны после этой даты. Учитывая же использование Св. Тихоном своего сочинения «Плоть и дух» (1767 г.) для написания черновика § 64—65 «О истинном христианстве» (опубликован в журнале «Странник», август 1861 г. [8]), а также иные наши результаты [4], можно утверждать, что они были созданы в 1768—1769 гг. в Толшеве и Задонске.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арндт Иоганн. Чтири книги о истинномъ христїанстве Іоанна Арнда напечатанніи в Галѣ 1735 году [пер. Симона Тодорского].— 1424 с.
2. Арндт Иоганн. Об истинном христианстве / Пер. с нем. под редакцией иг. Петра (Мещеринова).— М.: Эксмо, 2016.— 1008 с.
3. Гавриил (Мельников Д. В.) иеромонах. Образ Бога и образ сатаны в человеке согласно текстам Св. Тихона Задонского и Иоганна Арндта / Д. В. Мельников // Вестник Русской христианской гуманитарной академии, год 2017, том 18, выпуск 2.— С. 69—82.
4. Гавриил (Мельников Д. В.), иеромонах. Тайны черновиков Св. Тихона Задонского / Д. В. Мельников // Вестник Воронежского государственного университета: Филология, журналистика.— 2017.— № 2.— С. 47—52.
5. Гавриил (Мельников Д. В.) иеромонах. Ранние произведения Св. Тихона Задонского и эволюция его взглядов [в печати] // «Вестник Русской христианской гуманитарной академии», 2018, Т. 19, выпуск 1.
6. Карташев А. В. Очерки по истории Русской Церкви / А. В. Карташев.— М.: Терра, 1992 — Т. 2.— 568 с.
7. Хондзинский Павел, свящ. Истинное христианство в житии и трудах святителя Тихона, епископа Задонского / Павел Хондзинский // Святитель Тихон Задонский: Избранные труды, письма, материалы. М., 2004. С. 10—48.
8. Странник. Духовный учено-литературный журнал, издаваемый священником, М. Б. Василием Гречулевичем.— СПб., 1861.— Август. Отдел 2.— 164 с.
9. Тихон Задонский, святитель. О истинном христианстве (часть черновика 5-й статьи 2-й книги). НИОР РГБ Ф609, к.1 ед. 04 лл. 64—102.
10. Тихон Задонский, святитель. Творения иже во святых Отца нашего Тихона Задонского, М.: Синодальная типография, 1889 г. репр. Св.-Успенский Псково-Печер. Монастырь, 1994 г. ТТ. I—V.
11. Braw Christian. Bucher in staube. Die Theologie Iohann Arndts in ihrem Verhaltnis zur Mystik / Christian Braw.— Leiden: E. J. Brill, 1986.— S. 119—120.
12. Döpmann H.-D. Johann Arndt und Tichon von Sadonsk «Über das wahre Christentum» / H.-D. Döpmann // Der Pietismus in seiner europäische und außereuropäische Ausstrahlung.— Helsinki, 1992.— S. 22—29.

Задонский Рождество-Богородицкий мужской монастырь

Иеромонах Гавриил (Мельников Д. В.), клирик, старший преподаватель Липецкого государственного педагогического университета имени Семенова-Тянь-Шанского, кандидат богословия СПбДА

Zadonsk Mother of God Nativity Monastery

Hieromonk Gabriel (Melnikov D. V.), Clergyman, a Senior Teacher of the Lipetsk State Pedagogical University named after Semyonov-Tyan-Shansky, a Ph.D. in Theology area, SpbDA

МИФОЛОГЕМА АДА И РАЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

А. С. Паринова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: в литературе конца XX — начала XXI веков актуализируются библейские мотивы. В ряде произведений этого периода мифологема «изгнания из рая» трансформируется в мифологему «бегства из рая» (Личутин, Бородин). Актуализация мотивного комплекса ада осуществляется в произведениях лагерной тематики, прежде всего, в изображении Соловецкого лагеря особого назначения. Это место, где сталкиваются «ад» и «рай» (Прилепин, Водолазкин), интерпретируемые как социальные и индивидуально-личностные реальности. В данных произведениях наблюдается изображение духовной раздвоенности человека на рубеже веков, его внутренней борьбы с самим собой.

Ключевые слова: мифологема, ад, рай, современная литература.

Abstract: motives of the Bible become relevant in literature at the turn of 20—21 centuries over again. The mythologem of “exile from paradise” is transformed to a mythologem of “escape from paradise” in a number of literary works of this period (Lichutin, Borodin). The complex of motives of “hell” are in novels about correctional labor camp. First of all, in the portray of the camp of special function — Solovki (Prilepin, Vodolazkin). “Hell” and “paradise” was facing here. They are interpreted as social and personal realities. In these novels is observed the spiritual division of the person at the turn of the century, his internal fight with itself.

Keywords: the mythologem, hell, paradise, modern literature.

Обращение писателей к Библии — явление особенное для русской литературы. Их тесная связь сложилась изначально — еще в древнерусской литературе. Литературовед Т. Н. Козина отмечает: «В дореволюционной прозе библейские мотивы пронизывали художественную ткань многих произведений» [1, 170]. Христианские мотивы играют важную роль в творчестве Л. Н. Толстого, А. П. Чехова, Ф. М. Достоевского, И. С. Шмелева, Н. С. Лескова и многих других писателей и поэтов как XIX, так и XX века.

Библейские мотивы, сюжеты и образы все чаще встречаются в современной литературе. При этом среди них мифологема «ад-рай» является доминирующей. Не случайно это происходит в период смены столетий, в это особенное — рубежное — время, на стыке не только двух веков, но и тысячелетий, когда человек вольно или невольно обращается внутрь самого себя, к своей собственной сути. Пытаясь спастись от ощущения разлома в мире внешнем, он пытается обрести внутри себя нечто цельное, постоянное и нерушимое. Однако, подчиняясь своей двойственной природе, люди постоянно находятся в борьбе между собственным «раем» и «адам».

В данной статье предпринята попытка рассмотреть современную прозу рубежа веков с точки зрения функционирования в ней мотивных комплексов, связанных с мифологемой «ад-рай». Вместе с тем мы исходим из святоотеческого утверждения о том, что

«и рай, и ад прежде всего психические реальности, психические переживания, субъективные и индивидуальные, и лишь во вторую очередь трансцендентные, объективные реальности этого мира» [2, 189].

Так, в ряде произведений разных десятилетий нашей рубежной эпохи можно отметить один и тот же библейский мотив «бегства из рая». Мы имеем в виду повесть «Ловушка для Адама» (1994) Леонида Бородина и роман «Беглец из рая» (2005) Владимира Личутина.

Оба произведения уже в названии содержат отсылку к библейскому «райскому» сюжету изгнания из рая. Однако примечательно, что в современной литературе мотив изгнания из рая трансформировался в мотив бегства из рая, ставший уже вполне устойчивым, что отразилось, в частности, в названии известной ныне книги Павла Басинского «Лев Толстой. Бегство из рая», написанной через пять лет после романа В. Личутина.

Начиная разговор о своем герое, Л. Бородин оставляет его без имени: он — молодой человек 90-х годов XX века, ведущий типичный для своего времени образ жизни. Его окружают люди и обстановка, соответствующие его эпохе, и он чувствует себя «своим» в криминальной группировке. Однако при определенных обстоятельствах он снова оказывается тем самым Адамом, у которого есть возможность начать все сначала и избежать грехопадения.

Герой бежит от смерти, оставшись один в живых после того, как на них напали неизвестные «черные

тени». Он бежит из города на север, к Озеру, сам того не осознавая: «Смысл моих действий пребывал за или вне» [3, 18]. В этом райском месте, отделенном от власти, денег и убийств, герой по-новому осознает самого себя. Он ощущает себя первым человеком: «Я был один. Я был почти Адам» [3, 21]. Л. Бородин будто возвращает его к истокам, дает шанс все исправить и начать жизнь заново. Писатель не только отправляет современного Адама в идеальные условия, но еще и дает образец — идеальную семью, живущую на этом острове, в которой царят мир, любовь и вера.

Л. Бородин создает в повести, казалось бы, догреховный мир, в который помещает современного ему человека. Он будто задает сам себе вопрос: определяет ли эпоха, общество, социальный и политический уклад человеческую природу, его отношение к добру и злу? Размышляя о свободе и грехе, любви и искушении, рае и аде, писатель дает возможность современному Адаму победить человеческую природу и остаться в «земном раю». Попав в семью людей чистых и праведных, ведя их образ жизни, живя в отдалении от греха и разврата, герой, казалось бы, действительно становится лучше, отдаляясь от прошлого и заново перерождаясь, сливаясь с окружающим его миром. Однако герой нарушает одну из главных христианских истин: «Не возжелай жены ближнего своего». Герой-рассказчик вовсе не собирался покушаться на законы христианства, он всего лишь следовал своим побуждениям и своей человеческой природе, но это нарушило чистую и светлую жизнь хорошей семьи, внесло в неё зло и поставило под угрозу будущее.

Совершив и осознав свой грех, герой бежит из островного рая. В его финальных рассуждениях есть в определённом смысле идея самопожертвования. Оказывается, что Адаму не нужны жизнь и свобода ценой разрушения семьи, ценой «избавления» от христианства. И эта мысль, рожденная в его душе, дает возможность предполагать торжество «рая» в душе нового Адама. Финал повести говорит о победе добра, несмотря на внешнее ощущение разрушения «рая на земле». Герой-рассказчик — современный Адам, совершающий грехи, но готовый покаяться и сохранить в себе веру в Бога, добро и справедливость.

Главный герой романа Владимира Личутина «Беглец из рая» тоже ищет свой идеал жизни, любви, смерти. И в этих поисках он балансирует между городом и деревней, любовью и ненавистью, раем и адом. Многие критики недаром называли Павла Хромушина «мятущимся интеллигентом», сравнивая его с современным Раскольниковым «без топора под мышкой, но наводящим смерть на окружающих почище любого колдуна из жрецов Вуду» [8, 13]. Он ученый и пишет диссертацию «о логической системе сбоев», и эти размышления сопровождают героя весь роман, это дело его жизни, его диссертация, которая, возможно, так и не будет написана. Сам В. Личутин

сказал в одном из интервью: «Жить в духовной системе без сбоев есть мечтание всякого народа, его идеал» [4, 6].

Название произведения содержит аллюзию к библейскому сюжету изгнания из рая. Роман наполнен размышлениями героя о первородном грехе человека и последующей расплате за него: «Все человечество Господь сердито покарал; все надеялся, что услышит сетования, опомнится народец, а увидев, что все надежды тщетны, махнул рукою и попустил, де, живите, немилосердые, как хотите» [5, 22]. Но понимание Хромушиным данного библейского сюжета несколько отличается от традиционного. По его мнению, вовсе не соблазненная змием Ева являлась виновницей изгнания из рая, а сам Адам, восплавленный любовью к Еве, поспешил бежать с ней из рая небесного.

С тех пор главным человеческим импульсом становится стремление к своему внутреннему «раю». Однако само это понятие в современном мире настолько изменяет свою суть, что обретает совершенно невообразимые формы. Так для соседа героя, Поликарпа Ивановича, райскими являются воспоминания об утерянном Советском Союзе, а слова «райком» и «рай» для него становятся однокоренными. Это разное понимание, по мнению героя, является результатом внутреннего разлада и неопределенности человека, его двойственной сути, его положения висящего на волоске между раем и адом.

В конце произведения главный герой находит свой рай в простой русской деревушке Жабки: «Вернусь назад в рай, сад насажу, яблочки наливные буду кушать» [5, 650]. Мифологема «бегства из рая» трансформируется в мифологему «возвращения блудного сына». Возвращение к своим истокам, осознание человеческой природы, принятие её дают ему волю, гармонию с миром и желание жить, останавливают его душевные метания.

Но нельзя сказать, что в романе «Беглец из рая» В. Личутин идеализирует деревню, только в ней видит спасение человека. Деревня также переживает систему сбоев, молодые мужчины в ней умирают, и кладбище, на которое выходят окна деревенского дома, подчеркивает её гибель. Но Личутин конструирует ситуацию возвращения к истокам, к тому, с чего все начиналось, он снова хочет вернуть своих героев в рай, где только от них будет зависеть дальнейшая судьба человечества.

Такие мысли на рубеже веков волновали умы многих писателей, но у Личутина желание Хромушина покушать «яблочки наливные» звучит словно утверждением мысли о том, что, даже вернувшись к началу начал, человек остается раздвоенным: «Все в мире несет в себе скрытый предательский замысел, являющийся вдруг изнутри, из самой сердцевины любого явления, выгрызающий самые добрые намерения, как яблочный червь» [5, с. 33]. Не случайно последней строчкой романа, нарушающей идиллию,

возможность семейного счастья Павла Петровича, являются слова героя: «Я смотрел на Шурочку, и весь белый свет для меня невольно сошелся на ней клином. И вдруг в сердце проснулась ревность...»

Актуализация мотивного комплекса ада осуществляется в произведениях лагерной тематики, прежде всего, в изображении Соловков периода Соловецкого лагеря особого назначения. Импульсом для актуализации данной темы в современной литературе, без сомнения, стала публикация повести Б. Ширяева «Неугасимая лампада». Это произведение относится к «возвращенной» литературе, так как, написанное в 1954, впервые опубликовано оно было только в 1991 году. «Последний монастырь — первый концлагерь» — именно так говорит об этом месте бывший заключенный Борис Ширяев. Многие его воспоминания трансформируются позже в сюжеты для романов Прилепина «Обитель» (2014) и Водолазкина «Авиатор» (2016).

Произведение во многом автобиографично: писатель был в числе первых узников Соловецкой каторги, прибывших на остров в 1922 году. «Соловки — дивный остров молитвенного созерцания, слияния духа временного, человеческого с Духом вечным, Господним» [6, 10].

Без отвращения и ужаса, но с огромной жалостью и любовью рассказывает Борис Ширяев об этом месте. Воспоминания истории возникновения монастыря, зарождения Соловецкой обители сменяются мрачными картинами Соловков в 1923 году. Однако характерной чертой повествования становится ощущение надежды. Так, зарождение театра, выпуск газеты силами заключенных становятся подтверждением высоты человеческого духа, нашедшего в себе силы существовать даже в невыносимых условиях лагеря. Последние части повести «Сих дней праведники» и «На тропе к Китежу» буквально пропитаны светлыми чувствами веры и надежды. В них описана Рождественская служба, проведенная втайне самими заключенными, объединившая людей разных национальностей и конфессий: «В ту ночь мы были детьми, только детьми, каких Он звал в свое царство Духа, где нет ни эллина, ни иудея...» [6, с. 218]. История «утешительного попа» Никодима, Василия Ивановича, по прозвищу Василек — святая душа, фрейлины трех императриц — показывают нам бесконечную силу духа людей, находящихся в невыносимых жизненных условиях, но при этом сохранивших самих себя, свой собственный «рай» в чистоте и праведности. Ширяев рассказывает о неудачных побегах с острова, подчеркивая тем самым, что убежать от самого себя, из собственного «ада» невозможно, можно только совладать с ним, победить в этой борьбе с самим собой и остаться верным Богу. История военкома Соловецкого Особого полка Петра Сухова, чудом спасенного от гибели владыкой Илларионом,

уверовавшего и обретшего Бога внутри себя, тому подтверждение. Она является заключительным эпизодом четвертой части, утверждая мысль об истинном «рае» внутри каждого из нас.

Смерть последнего Соловецкого схимника должна была стать знаком того, что вера покинула остров. Однако именно она позволила состояться, пожалуй, самому величественному и проникновенному эпизоду этой книги воспоминаний: панихиде по Императору на соловецкой «Голгофе». «Стены храма раздвигаются и уходят в безбрежье. Храм — вся Русь, Святая, Неистребимая, Вечная! Здесь, на соловецкой лесной Голгофе — алтарь этого храма» [6, 326]. Глава 30 «Лампада теплится» повествует о студентах, с которыми Ширяев сталкивался во время работы в университете. Утверждение мысли о существовании «рая» в сердцах людей, несмотря ни на какие внешние условия: заключения, войны, тоталитарный режим, — является главным лейтмотивом этой книги.

Особый интерес вызывает актуализация данной темы в прозе современных писателей, не имеющих прямого отношения к «лагерному» прошлому нашей страны. На рубеже XX и XXI веков обращение к нему отмечается в прозе сразу двух крупнейших авторов нашего времени: Захара Прилепина и Евгения Водолазкина.

Описанные события, происходившие на Соловках в реальности, имеют место во многих мемуарах заключенных. Однако именно книга Бориса Ширяева «Неугасимая лампада» явилась источником вдохновения для обоих писателей. «Среди основных текстов, на которых основывались Захар и я, — «Неугасимая лампада» Бориса Ширяева. Это потрясающая книга. Совершенно удивительная. Несмотря на то, что она описывает соловецкие страдания и ужасы, читателя не охватывает чувство безнадежности», — сообщает в интервью Евгений Водолазкин. [7]

Прилепин в своем романе говорит об идее создания на территории лагеря особого мира для преступников. Он должен был помочь каждому из них стать «человеком». Эта тема в романе развивается на фоне жизни одного из заключенных, Артёма Горяинова. Попав на Соловки за отцеубийство, тягчайший из человеческих грехов, герой сам уже обречен смерти. Он рвет все связи с внешним миром, не выходит на встречу с матерью, не рассказывает никому о своем прошлом. Его отношения с Богом складываются весьма непросто, он постоянно размышляет о Нем, однако вряд ли верит в спасение своей души. Напоминает об этом сцена массовой исповеди в камере. На кипящий котел с грешниками похоже в данный момент это место. Наперебой лагерники признаются в тягчайших преступлениях, веруя, что конец близок. Один Артем молча ждал. В какой-то момент, даже отрицая в себе само существование Божьего духа, он соскабливает лик святого на стене в камере.

Личность Артема переживает странные метаморфозы в то время, когда он пытается покинуть территорию лагеря вместе с чекисткой Галиной Кучеренко. В тот момент, отправляясь по реке на самодельном катере, они уже не чекистка и заключенный, они просто мужчина и женщина, Адам и Ева, стремящиеся начать жизнь заново. Сцена во время шторма показывает нам уже другого Артема, стремящегося к свету, наполненного любовью к миру, готовому пожертвовать собой ради жизни другого. В дальнейшем повествовании появляется новый «преображенный» Артем Горяинов, который уже не боится смерти. Лишь оказавшись на пороге смерти, в бескрайнем водном пространстве, в самодельной лодке, лодке Харона, ведущей к смерти, он открывает в себе новую «обитель».

Это герой, в котором постоянно происходит борьба «ада» и «рая». Артём действительно тянется к Богу, к владычке Иоанну, однако внутренние страсти, гордыня, алчность, злость, зависть — всё это не дает ему приблизиться к ощущению внутреннего умиротворения. Оно наступает только в конце повествования, когда герой готов спокойно принять на себя смерть вместо своей бывшей возлюбленной. Он готов это сделать не от большого чувства к этой женщине, а потому, что не боится встречи с Всевышним. Он готов признать все свои грехи и получить расплату за них. Принимает смерть он от рук блатных на берегу водоема, но это упомянуто вскользь, Прилепин не заостряет на этом внимание читателя, потому что это уже не важно.

Многие эпизоды в жизни лагерников Платонова (героя романа Евг. Водолазкина «Авиатор») и Горяинова буквально повторяются. Пьяный Ногтев, издевающийся над арестантами; баланы, доводящие заключенных до смерти или полусмерти; холодный ужас Секирки — все эти эпизоды лагерного ада для героев романов Прилепина и Водолазкина одни и те же. Другое дело, что Захар Прилепин не дает герою выбраться с острова, он остается там до своей гибели. Водолазкин же конструирует ситуацию, в которой герой, уже попросившись со своей жизнью однажды, в камере с жидким азотом, вдруг обретает второй шанс. Однако воспоминания об этом месте не дают герою обрести «нормальную» жизнь. «Я это видел. И с тех пор безуспешно гоню из памяти. Это — то, с чем я живу, что так отличает меня от Насти и делает нас людьми с разных планет. Как же мы сможем жить, бесконечно разные? У неё весенний сад, а у меня такая бездна. Я знаю, как страшна жизнь. А она не знает» [9, 251].

И в «Обители», и в «Авиаторе» писатели изображают преступников, совершивших бытовое преступление: это убийство. Они не политические, не «безвинно страдающие», и это важно. Оба автора выбирают для повествования не Героя, а обычного человека, который пытается выжить в нечеловеческих условиях.

Платонов с ужасом вспоминает то, что происходило в лагере. Описывая это в своем дневнике, он заново переживает все, убеждаясь, в правильном выборе «заморозки». Перед ним снова оживают страшные картины: замерзшие зимой люди, показавшиеся из снегов после оттепели, жёрдочки Секирки, плачущие навзрыд женщины, потерявшие все самое дорогое, в том числе честь и достоинство. Однако, отправляясь на эксперимент, герой и не ожидал, что сможет очнуться через несколько десятков лет. Он принял это решение, решение погибнуть не в мучениях, а в чистой светлой больнице, погибнуть с достоинством, может даже, принеся пользу науке. Поэтому «рай», что дается ему после разморозки: будто ожившая Анастасия, радость отцовства, слава и деньги — не воспринимаются им всерьез. Для него это не более чем сон, в котором он пытается отыскать отголоски своей «реальной» жизни. Для этого он отправляется на кладбище, в старую свою квартиру, посещает сотрудника ОГПУ. Иннокентий пытается восстановить события утраченных лет, протянуть ниточки из века прошлого в век нынешний.

Авторы романов «Авиатор» и «Обитель» стремятся взглянуть на столетнюю историю через призму одного из ужаснейших событий в истории человечества, одного из страшнейших мест на планете. Месте, где становится не важно, кто прав, а кто виноват. И если Прилепин показывает нам, что жизнь даже в таких условиях возможна, то Водолазкин отрицает это. Для него смерть — единственный выход из тупика, а возможное спасение — лишь иллюзия жизни.

Герой романа «Авиатор», Иннокентий Платонов, безуспешно пытается построить свой «рай» — новую жизнь с любимой женщиной в тёплом и мирном XXI веке. Однако ужасы предыдущего столетия настигают, они часть его. И это есть его «ад», который преследует и, в конце концов, накрывает с головой. Находясь в самолете, который возможно вот-вот разобьется, герой осознает свою виновность в преступлении, за которое поплатился Соловками. Он не раскаивается, он ждёт смерти, так и не сумев обрести внутри себя «новую» жизнь. Водолазкин конструирует возможность человека очиститься, освободиться от своих грехов и даже от воспоминаний о них. От себя не убежишь, не поможет ни заморозка, ни реинкарнация. Именно эта мысль торжествует в конце романа. Ты тот, кто ты есть, и твоё сердце навсегда останется полем битвы «ада» и «рая».

Таким образом, мифологема ад-рай по-разному реализуется в современной литературе. В повести Л. Бородина это происходит на сюжетном уровне: писатель моделирует реальность рая на земле с характерными приметами: праведные люди, живущие по Божьим заповедям и в гармонии с природой.

дой. При этом реальность ада воссоздается двояко: им является социальная реальность девяностых годов XX века и внутренний ад — мучения матери, наблюдающей за прегрешениями сына. У В. Личутина на рай претендуют две модели реальности. С одной стороны, рай — метафора административной системы советского времени, общественной верхушки, к которой принадлежал главный герой. Писатель отражает общественное сознание эпохи, когда райской казалась жизнь советской и партийной номенклатуры. Герой, напротив, убегает из такого «рая» и строит модель своего собственного — деревенского — рая. Само заглавие романа *З. Прилепина* несет ассоциацию с «райской обителью», приметы которой содержит монастырь по самому своему статусу. Но «обитель дальняя трудов и чистых нег» (А. Пушкин) преобразуется в лагерный «ад» с грешниками (здесь нет невинно страдающих), для которых нет спасения.

Каждый из современных авторов по — своему взглянул на вечную проблему столкновения «рая» и «ада» внутри человека и за его пределами, выстроил индивидуально-личностное понимание данных религиозных и общекультурных категорий, оставаясь при этом в рамках их традиционного понимания.

Воронежский государственный университет

*Паринова А. С., аспирант кафедры русской литературы
XX—XXI веков, теории литературы и фольклора
E-mail: anna.parinova.90@mail.ru*

ЛИТЕРАТУРА

1. Козина Т. Н. Библийские мотивы в русской прозе 1960-х — 1980-х годов / Т. Н. Козина // *Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. Гуманитарные науки.* — 2011. — № 23. — С. 169—174.
2. Преподобный Иустин (Попович). *Философские пропасти* — М.: Издательский Совет Русской Православной Церкви, 2004. — 288 с.
3. Бородин Л. И. *Ловушка для Адама* / Л. И. Бородин // *Юность.* — 1994. — № 9. — С. 4—53.
4. Кожемяко В. *Душа Соборная* / В. Кожемяко // *Советская Россия* — 2002—4 янв. — С. 6.
5. Личутин В. В. *Беглец из рая: Роман* / В. В. Личутин. — М.: ИТРК, 2005. — 656 с.
6. Ширяев Б. Н. *Неугасимая лампада* / Б. Н. Ширяев. — М.: Никея, 2014. — 384 с.
7. Михаил Визель. *Авиатор Водолазкин. Интервью.* — ГодЛитературы.РФ [Электронный ресурс]: <https://godliterature.ru/public-post/aviator-vodolazkin-intervyu> (14.12.2017)
8. Прилепин Захар. *Обитель: роман* / Захар Прилепин. — Москва: АСТ: Редакция Елены Шубиной, 2015. — 746, [6] с.
9. Водолазкин Евгений. *Авиатор: роман* / Евгений Водолазкин. — Москва: АСТ: Редакция Елены Шубиной, 2016. — 410, [6] с.

Voronezh state University

*Parinova A. S., Postgraduate of the Russian Literature of XX
and XXI Centuries, Theory of Literature and Folklore Department
E-mail: anna.parinova.90@mail.ru*

МОТИВЫ РАСПЯТИЯ, ВОСКРЕСЕНИЯ И СВЯТОСТИ В ЦАРСКОЙ ТЕМЕ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Л. Г. Сатарова, Н. В. Стюфляева

*Липецкий государственный педагогический университет
имени П. П. Семенова-Тян-Шанского*

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье рассмотрены образы Царственных страстотерпцев в творчестве С. Есенина, М. Цветаевой, П. Н. Краснова, М. Шолохова, С. Бехтеева. Несмотря на идейные различия и отношение к революции данные поэты и писатели сходятся в одном: отречение Государя было катастрофой, которая повлекла за собой Смуту и гражданскую войну. В то же время русская литература в лице названных авторов пророчески свидетельствовала о святости подвига Царской Семьи.

Ключевые слова: Россия, монархия, революция, Церковь, молитва, святость, подвиг, царский крест.

Abstract: the article concerns St. Regal Martyrs' characters in creative work of S. Yesenin, M. Tsvelaeva, P. Krasnov, M. Sholokhov, S. Bekhteev. In spite of ideological differences and attitude to revolution, these poets and writers are agreed on one point: the abdication of the Emperor was a catastrophe that entailed to Distemper and civil war. At the same time, Russian literature represented by these authors prophetically testified of the Royal Family feat.

Keywords: Russia, monarchy, revolution, church, prayer, Holiness, feat, Royal cross.

За последние десятилетия Царская тема в отечественной литературе оказалась чрезвычайно востребованной. Появилось множество романов, повестей, поэм, стихов, рассказов, эссе, очерков, пьес, постановок в театрах. Объять весь этот материал не представляется возможным, эта тема требует специального исследования (и не одного!). В данной статье мы сосредоточимся на анализе некоторых стихотворений великих русских поэтов, а также отдельных прозаических фрагментов романов П. Н. Краснова и М. А. Шолохова.

Многие русские поэты и писатели, обращавшиеся к царской теме, пророчески предчувствовали и предугадывали те мученические венцы, которые покроют головы Императора Николая II и его Семьи. В стихотворении С. А. Есенина «В багровом зареве закат шипуч и пенен...» (1916 год), посвященном царским дочерям, с которыми он вместе работал в лазарете, стилистика выдержана в контрастных тонах земного и небесного, божественного и суетного, вечного и временного. Уже в начале стихотворения появляется тема возможного крушения Святой Руси: «багровый» закат пейзажа пенится и шипит, как выпущенный на волю злой дух грядущих революционных потрясений. На его фоне «березки белые» — в данном случае это не только любимый образ Родины у поэта, но и символ чистоты и кротости царевен, — «горят в своих венцах». Если традиционно береза имела «зеленую прическу» или «зеленые косы», то

теперь эти сияющие венцы пророчески соотносятся с той святостью, которая явилась плодом пролитой за Христа крови. Тема мученичества прикровенно задает тональность посвящению Есенина. Царевны видятся как ангелы, на короткий срок сошедшие на землю, чтобы облегчить страдания воинов Первой мировой войны. Их любовь-жалость, сострадательность, милосердие к простым солдатам, воспетые Есениным, близость к смерти, соседство с нею подводят автора к мысли и об их возможной трагической участи, от которой уберечь может только молитва. Ею и заканчивается стихотворение, в котором поэт обращается к святой Марии Магдалине, небесной покровительнице царевны Марии Николаевны Романовой, с просьбой оградить их от возможного зла.

О, помолись, святая Магдалина,
За их судьбу [1, 122].

Таким образом, «венцы» белых березок символизируют царских дочерей, которым будет суждено сгореть в зареве кровавого бунта, но которые, подобно свв. Борису и Глебу, приобретут через мученичество, невинное страдание Царство Небесное.

Предчувствием мученичества и святости царских детей пронизан ряд стихотворений книги М. И. Цветаевой «Лебединый стан». Она даже в портрете Николая II отмечает его «византийские», т.е. иконописные глаза. Особое чувство у Цветаевой вызывает царевич Алексей. Он был необыкновенно красивым, умным и лаковым мальчиком, хотя и неизлечимо больным. При жизни его называли «светлым отроком». Образ ребенка-страдальца, терпеливо переносящего крест

тяжелой болезни и в конце жизни обреченного на заклание, пронзителен у Цветаевой. Как и Есенин, Цветаева предчувствует беду Царской Семьи и взывает к единственному действенному средству — нелицемерной соборной молитве Церкви.

За Отрока — за Голубя — за Сына,

За царевича младого Алексея

Помолись, церковная Россия! [2, 367].

Тема жертвы, принесенной за грехи народа, тема искупления — центральная у Цветаевой. Евангельские мотивы Голубя, Агнца, Сына призваны пробудить у соотечественников, одержимых бесами революции, покаянное чувство. Поразительно восприятие Цветаевой истории, ее метафизических истоков, когда она сравнивает Алексея с убиенным царевичем Дмитрием (сыном Грозного). После этого злодеяния над невинным ребенком в России разразилась пагубная Смута, которая смогла быть преодолена только соборным церковным единством. Исторические параллели очевидны: «механизм» Смуты один, и «механизм» выхода из Смуты тоже один. Когда Цветаева писала «Лебединый стан», она уже находилась внутри революции 1917 года и прекрасно понимала, что ни красные, ни белые не дадут стране мира и благоденствия. Это может сделать только Царь — Божий Помазанник. Отсюда последний отчаянный призыв к крестьянству как становой жиле, хребту русского народа:

Сохрани, крестьянская Россия,

Царскосельского ягненка — Алексея!

(4 апреля 1917 третий день Пасхи) [2, 367].

В литературе русского зарубежья царская тема с рельефной, впечатляющей силой прозвучала в романе П. Н. Краснова «От Двуглавого Орла — к красному знамени» (1922 год).

Император Николай II впервые появляется в романе на армейском параде в Красном Селе. Краснов передает мистическое соборное единство Государя и его подданных, достигаемое не человеческими усилиями, а основанное Божиим Промыслом. Накануне парада офицеры обеспокоены тучами и туманом, которые могут сорвать торжество, но более опытные их успокаивают: с появлением Государя появлялся и солнечный луч. Необъяснимое острое счастье прикосновения к высшему авторитету, символу нации охватывает главного героя романа молодого офицера Саблина. «Впереди свиты на небольшой серой арабской лошади... легко и грациозно сидел Государь... из-под черного козырька приветливо смотрели серые глаза, алый доломан был расшит золотыми шнурами...

— Здравствуйте, господа! — раздался отчетливый голос и из тысячи молодых грудей исторг восторженный выкрик, шедший от самого сердца.

И сейчас же величественные плавные звуки Русского гимна полились на фланге и слились с ликующим юным ура.

Природа точно ждала этого могучего крика ура, этого властного, твердой молитвой звучащего гимна, чтобы начать свою работу. Невидимый ветер рвал на клочья серый туман, и наверху ослепительно горело омытое вчерашним дождем солнце.

Чудо свершилось.

Помазанник Божий явился во всей своей славе и красоте, сказочно красивый на сером арабском коне. Полубог был перед народом, и земные мысли отлетали от людей, и чувствовалась близость к небу. Парили сердца» [3, 61].

Но вот грянули трагические события мировой войны, революции и гражданской войны. И те самые офицеры и солдаты, которые в восторге хотели отдать жизнь за Государя, предали его, тем самым нарушив клятву русского народа в верности Романовым, которая была дана на Земском соборе 1613 года. Клятва гласит следующее: «Если кто не похощет послушати сего соборного уложения, которое Бог благословил, и станет иное говорить, таковой, будь он священного чину, от бояр ли, воинов или простых людей — по священным правилам Святых Апостолов и Семи Вселенских Соборов... да будет извержен из чину своего и от Церкви Божией отлучен, и лишен приобщения Святых Христовых Тайн, как раскольник Церкви Божией и всего православного христианства мятежник... и да не будет на нем благословения отныне и до века, ибо, нарушив соборное уложение, сам попал под проклятие» [4, 202].

Краснов в своем романе разворачивает грандиозную картину крушения монархической России, которое стало следствием отступничества русского народа от своего призвания. В заключительных частях романа Краснов изображает последние дни Царской Семьи, данные через восприятие дочери Саблина Татьяны, которая поехала в ссылку вслед за будущими мучениками. Так возникает в романе тема Голгофы. Государя и его семью не просто уничтожили, но Царственные страстотерпцы испили всю чашу страданий — насмешек, издевательств, грубых оскорблений — от русского народа. Они смирили себя, выбрав путь Креста. Будучи невинны и оболганы, они не защищались и терпели нравственные пытки до конца. Более того, они молились за своих врагов и просили Господа об их прощении. В романе приводится эпизод, когда Государю и его семье разрешали только домашние богослужения, и те под надзором солдат. Когда священник стал поминать в молитве св. царицу Александру, поскольку был день ее памяти, то солдаты устроили скандал. Дочь Саблина пишет отцу: «А я, папа, когда мне рассказывали про это, думала, что это правда: она святая. Все, что было в прошлом, — искуплено этими муками, и будет день, когда русский народ помянет ее во святых своих угодниках» [5, 498].

Воистину пророческие слова! В 1981 году РПЦЗ канонизировала Царскую Семью, а у нас это было

сделано несколько позже. В романе Краснова, пожалуй, впервые в литературе было дано изображение трагической кончины Царя и его близких. Интриги властей должны были перед смертью разъединить Семью. В мученице Александре боролись два начала: мать и Императрица. В ней победила русская Царица, которая решила пожертвовать собою, но не допустить хотя бы невольной измены России. (В это время как раз заключался Брестский мир, и Государь думал, что его переезд связан с тем, чтобы он своей рукой подписал документ). Однако дорога вела в Екатеринбург, в дом Ипатьева. «И никого, никого не нашлось, кто бы в эти дни спас и спрятал Государя. Где же Россия? Где русские люди?!». А бывшие подданные Царя делали все, чтобы отравить его последние дни. Днем и ночью они наполняли комнату Царской Семьи, пели циничные песни, курили, плевали и грубо ругались в присутствии Государя и детей.

Единственным утешением Царской Семьи было пение духовных песен, особенно Херувимской. Татьяна Саблина передает следующий эпизод:

«Прошла минута молчания... И вдруг сверху пять женских голосов запели: «Иже Херувимы, — пели Государыня и княжны, — тайно образующие!» — и песнь-молитва неслась к небу и достигала его глубины... Песня-молитва лилась и ширилась, и чудилось, что поют ее ангелы, духи бесплотные, что зовет она образумиться весь русский народ. Я увидела слезы на глазах у часового. Я подумала, что русские люди не могут погубить Государя. Я рыдала. Часовой выругался скверным словом и пошел от окна. Точно стыдно ему стало русского чувства...» [6, 144].

После казни Государя в России были последовательно уничтожены все бывшие сословия: духовенство, купечество, дворянство, был осуществлен геноцид казачества и крестьянства. Шолохов вообще считал, что гражданская война при советской власти не кончалась никогда. И у него в «Тихом Доне» есть свое прикровенное истолкование монархической идеи как наиболее приемлемой формы правления в России. Об этом написано уже немало работ.

Отметим только один фрагмент. Отречение Императора показано в «Тихом Доне» через восприятие Листницкого, героя-идеолога монархии. Этот эпизод неоднократно рассматривался критикой как начало крестного пути Царя.

«Бледная, с глубочайшей волнующей яркостью воскресил он в памяти февральский богатый красками исход дня, губернаторский дом в Могилеве, чугунную запотевшую от мороза ограду и снег по ту сторону ее, испещренный червонными бликами низкого, покрытого морозно-дымчатым флером, солнца. За покатым свалом Днепра небо крашено лазурью, киноварью, ржавой позолотой, каждый штрих на горизонте так неосяземо воздушен, что больно касаться взглядом. У выезда небольшая толпа из чинов Ставки, военных, штатских... Выезжающий крытый

автомобиль. За стеклом, кажется, Фредерикс и царь, откинувшийся на спинку сиденья. Осунувшееся лицо его с каким-то фиолетовым оттенком. По бледному лбу кривой черный полукруг папахи, формы казачьей конвойной стражи.

Листницкий почти бежал мимо изумленно оглядывавшихся на него людей. В глазах его падала от края черной папахи царская рука, отдававшая честь, в ушах звенели бесшумный ход отъезжающей машины и унижительное безмолвие толпы, молчалием провожавшей последнего императора...» [7, 96].

Следует выделить важное положение: только любовь к Монарху открывает Листницкому сакральный смысл происходящего. Иконописные краски пейзажа и портрета (лазурь, киноварь, ржавая позолота, «кривой черный полукруг папахи» и др.) свидетельствуют и о понимании автором глубины исторической катастрофы, поэтому образ Листницкого противопоставлен «толпе», которая и до сегодняшнего дня продолжает равнодушно взирать на то, как «пачкают светлое имя Монарха».

Совершенно особое место среди русских литераторов, отдавших свое перо служению Царской Семьи и воспеванию ее подвига, принадлежит нашему земляку С. С. Бехтееву (1879—1954 гг.). И его жизнь, и его творчество теснейшим образом связаны с трагической судьбой России в XX веке. Поэтической судьбе Бехтеева в современности посвящено уже немало работ. О нем в разделе «Русское зарубежье» упоминает М. М. Дунаев в своем исследовании «Православие и русская литература» [8]. Наиболее полно его наследие представлено в книге В. К. Невяровича «Певец Святой Руси. Сергей Бехтеев: жизнь и творчество» [9]. Много интересных и тонких наблюдений содержится во вступительной статье В. В. Хатюшина к сборнику «Меч в терновом венце» [10].

С. Бехтеев учился в Императорском Александровском (Царскосельском) лицее, три его сестры состояли фрейлинами царского двора. По окончании лицея он поступил на службу в Кавалергардский полк, где получил чин корнета. Во время Первой мировой войны воевал в действующей армии, получил ранение и попал в Дворцовый лазарет, где его посетила Государыня Александра Федоровна с Великими Княжнами. Вернувшись на фронт, он снова получает ранение и известие о том, что его покинула любимая женщина. Обе русские революции он, как воцерковленный человек, оценил крайне отрицательно, прекрасно понимая, что феномен смуты имеет дьявольские корни. И победить врага рода человеческого можно только постом и молитвой.

Глубоким евангельским духом проникнуты его стихи, посвященные Царской Семье. Одно время даже его авторство в стихотворении «Молитва» было переадресовано царевне Ольге Романовой, поскольку во время расследования Н. А. Соколова была обнару-

жена книга, подаренная ей матерью, с автографом «Молитвы», переписанной рукой Великой Княжны. В действительности же дело обстояло так, что, написав пять стихотворений — «Россия», «Боже, Царя сохрани», «Верноподданным», «Святая ночь», «Молитва», — С. С. Бехтеев через графиню А. В. Гендрикову передал их в Тобольск Царской Семье. Не случайно, что именно «Молитва» послужила той точкой опоры, которая помогла Царственным страстотерпцам до конца выполнить свой долг и увенчаться мученичеством.

Владыка мира, Бог вселенной!
Благослови молитвой нас
И дай покой душе смиренной
В невыносимый, смертный час.

И у преддверия могилы
Вдохни в уста Твоих рабов
Нечеловеческие силы
Молиться кротко за врагов! [10, 260].

После разгрома Белого движения С. С. Бехтеев покидает Родину и в эмиграции сосредоточенно работает, в сущности, только над одной темой — воскресения Святой Руси, которое не мыслится им без возвращения Монарха. Поистине достойны удивления те грани смысла, которые он обнаруживает в этой идее. Остановимся на некоторых из них.

Непременным условием очищения и обновления любимой Руси выступает у поэта проблема покаяния народа за отречение от Царя и его последующую смерть. Это именно проблема, открытый и до сегодняшнего дня вопрос: за что каяться? Очень точно и емко отвечает на него поэт, варьируя мысль от стиха к стиху. Так, в стихотворении «У Креста» звучат следующие строки:

Нависла мгла. Клубятся тени.
Молчат державные уста.
Склонись, Россия, на колени
К подножью Царского Креста! [10, 258].

В стихотворении «За что?» поэт прямо обращается к опыту истории, когда была преодолена Смута XVII века. Тогда народ с помощью Церкви, поста и молитвы снискал себе Божью милость: природный русский царь Михаил Романов был избран Земским Собором. Но многие ли знают, что этим же Земским Собором было принято Уложение, которое гласило, что наш народ в вечной верности присягает роду Романовых, а кто уклонится или изменит присяге, тому будет анафема, т.е. отлучение от Церкви. Вот в какой измене, предательстве Иуды повинны те, кто приветствовал революцию.

Нам, русским, послан Крест тяжёлый,
И мы должны его влачить.
За грех чудовищной крамолы,
За то, что не хотели чтить
В своей бессовестной гордыне,
Как непокорные сыны,

Нам Богом данные святые
Благой и мудрой старины.
За то, что нехристям в угоду
Преступный замысел творя,
Себе мы прочили свободу
И свергли Ангела-Царя.
И тем, покрыв себя позором,
Дерзнули клятву осквернить,
За всех нас данную Собором, —
Во век Романовым служить.
И вот за этот грех великий
Страдаем всюду мы теперь... [10, 272].

Следующий аспект царской темы — пророчество С. С. Бехтеева о святости подвига Царской Семьи, которая своей невинной кровью смыла страшные язвы и проказу пошатнувшегося русского духа. Вера в молитвы наших небесных заступников — Царственных страстотерпцев — дает силу русскому народу не только выживать в немыслимых условиях земного ада, но и сохранять, приумножать наши национальные святые вопреки козням цареубийц и их последователей-потомков. Заметим, что пророчество С. С. Бехтеева о Храме-на-крови на месте преступления исполнилось буквально.

На месте том, где люди злые
Сжигали Тех, Кто святые нам,
Поднимет главы золотые
Победоносный Божий Храм.

И, Русь с небес благословляя,
Восстанет Образ неземной
Царя-Страдальца Николая
С Его замученной Семьей [10, 271].

На плите могилы С. С. Бехтеева, похороненного в Ницце на русском кладбище, сделана надпись: «Сергей Сергеевич Бехтеев. Лицей 59 выпуска Императорского лицея. Царский поэт. Офицер Белой Армии» [10, 24]. Его кредо и судьба в какой-то степени перекликаются с позицией другого великого русского поэта, убитого большевиками, — Николая Гумилева. Он также был знаком с Царской Семьей, посвящал ей стихи и говорил, что никогда не простит цареубийцам их смертного греха. Гибель самого Н. Гумилева была героической: он предпочел смерть офицера русской армии жизни, купленной потерей чести.

Желанное, светлое слово — «свобода»,
Прекраснейший лозунг на вид,
В устах иступлённого зверя-народа
Преступной насмешкой звучит.

Свобода — темница! Свобода — оковы!
Свобода — законный грабёж!
Свобода — венец, как и прежде терновый!
Какая ужасная ложь! [10, 277]

В заключение хочется подчеркнуть, что великая русская литература, хотя и была рассечена надвое

октябрьским переворотом, сохранила в лице своих наиболее достойных представителей истинную систему духовных ценностей русского мира, благодаря которому мы в состоянии расти, двигаться дальше и развиваться сегодня.

ЛИТЕРАТУРА

1. Есенин С. А. «Шел Господь пытаться людей в любви...» / С. А. Есенин. — СПб.: Глагол, 1995. — 207 с.
2. Цветаева М. И. Сочинения: В 3 тт. Т. 1 / М. И. Цветаева. — М.: «Прометей», 1990.
3. Краснов П. Н. От Двуглавого Орла — к красному знамени: В 3 кн. Кн. 1 / П. Н. Краснов. — Екатеринбург, 1994.
4. Иоанн (Снычев), митрополит. Самодержавие Духа. Очерки русского самосознания / Митрополит Иоанн (Снычев). — СПб.: Царское дело, 1995.
5. Краснов П. Н. От Двуглавого Орла — к красному знамени: В 3 кн. Кн. II / П. Н. Краснов. — Екатеринбург, 1994.
6. Краснов П. Н. От Двуглавого Орла — к красному знамени: В 3 кн. Кн. III / П. Н. Краснов. — Екатеринбург, 1994.
7. Шолохов М. А. Тихий Дон. Роман в четырех книгах. Кн. II / М. А. Шолохов. — М., 1962.
8. Дунаев М. М. Православие и русская литература: В 6 т. / М. М. Дунаев. — Т. VI. — М.: Христианская литература, 2000. — С. 513—515.
9. Невярович В. К. Певец Святой Руси. Сергей Бехтев: жизнь и творчество / В. К. Невярович. — СПб.: Царское дело, 2008. — 784 с.
10. Меч в терновом венце. — М.: МГГУ им. М. А. Шолохова, 2008. — 462 с.

Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семёнова-Тянь-Шанского

Сатарова Л. Г., доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы

Стюфляева Н. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы

E-mail: stuf77@mail.ru

Lipetsk State Pedagogical University named after P. Semenov-Tyanshansky

Satarova L. G., Doctor of Philology, Professor of the Russian Language and Literature Department

Styuflyayeva N. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian Language and Literature Department

E-mail: stuf77@mail.ru

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В МЕДИЦИНСКОМ ДИСКУРСЕ

А. О. Стеблецова

Воронежский государственный медицинский университет имени Н. Н. Бурденко

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: целью данного исследования является выявление и анализ дискурсивных стратегий и тактик, используемых в медицинских кампаниях по профилактике онкологических заболеваний. Источниками исследования послужили материалы официальных вебсайтов британских, американских и российских благотворительных медицинских фондов по борьбе с онкологическими заболеваниями.

Ключевые слова: речевое воздействие, медицинский дискурс, дискурсивные стратегии и тактики.

Abstract: the aim of the research is to identify and analyze discourse strategies and techniques used in cancer prevention campaigns. The material of the research is data collected from the official websites of British, American and Russian cancer research and charity foundations.

Keywords: communicative impact, medical discourse, discourse strategies and techniques.

Речевое влияние, определяемое И. А. Стерниным как «выбор подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации...» [1, 3], уже на протяжении значительного времени занимает умы ученых — лингвистов, социологов, культурологов, специалистов по связям с общественностью. Помимо фундаментальных научных целей по исследованию концепции речевого воздействия, эта проблематика имеет весьма актуальное прикладное значение — разработка методики эффективного использования речевых приёмов или дискурсивных стратегий. В настоящей работе мы обратились к медицинскому дискурсу — профилактике онкологических заболеваний как образовательно-просветительской кампании в электронных российских и англоязычных СМИ — с целью выявления и анализа используемых ими дискурсивных стратегий и тактик для оказания эффективного речевого воздействия на целевую аудиторию.

В настоящее время наблюдается отчётливая тенденция: медицинская проблематика, а значит, и медицинский дискурс, по мнению С. Саранжи и С. Робертс «выходит за рамки профессионального сообщества и становится достоянием широкой аудитории» [2, 61]. Просвещение населения по социально значимым вопросам здоровья, таким как профилактика онкологических заболеваний, становится актуальной задачей не только профессионального медицинского сообщества, но и журналистов, филологов, лингвистов — специалистов в области речевого воздействия, поскольку эффективность профилактической кампании зависит не только от медицинских знаний, но и от коммуникативных навыков.

Материалом исследования послужили вербальные (тексты) и визуальные (фото и видео) материалы официальных вебсайтов американских, британских и российских научно-исследовательских медицинских организаций и благотворительных фондов по борьбе с онкологическими заболеваниями. Основные дискурсивные действия, используемые в англоязычном и русскоязычном профилактическом дискурсе, являются достаточно универсальными и делятся на три категории:

- информирование — сообщение о заболевании;
- побуждение — призыв к совершению профилактических действий;
- информирование и побуждение — сочетание обоих действий.

Каждое дискурсивное действие реализуется с помощью дискурсивных стратегий, которые являются «целенаправленным коммуникативным усилием участника дискурса по повышению...воздействия на адресата» [3, 16]. Дискурсивные стратегии, в свою очередь, состоят из определенных тактик, то есть риторических, стилистических, визуальных приёмов, усиливающих коммуникативное воздействие на аудиторию. Ниже будут представлены примеры дискурсивных тактик, с помощью которых осуществляется эффективное информирование и побуждение в текстах британских, американских и российских вебсайтов, проводящих кампании по профилактике онкологических заболеваний.

Дискурсивное действие *информирования* о заболевании выполняет просветительскую или образовательную функцию. Целевая аудитория — это люди, не обладающие специализированными медицинскими знаниями, что во многом определяет выбор конкретных дискурсивных стратегий. Как правило,

тематическое содержание текста включает следующие информационные компоненты: анатомические факты, симптомы заболевания, статистика о частотности и распространённости, реальные истории людей, победивших заболевание. Эти информационные компоненты являются универсальными для профилактических кампаний британской, американской и российской лингвокультур, разница заключается в их объёме и плотности распределения в тексте.

Дискурсивное действие побуждения является ключевым в медицинском профилактическом дискурсе. Именно посредством побуждения осуществляется коммуникативное воздействие на аудиторию, которое затем трансформируется в невербальные действия, предусмотренные профилактической кампанией. Особенностью медицинского дискурса по профилактике онкологических заболеваний является доминирование прямого побуждения над косвенным как в англоязычных, так и в русскоязычных текстах. Тематическое содержание текстов включает следующие информационные компоненты: способы диагностики заболевания, способы профилактики, основные диагностические тесты и процедуры, способы профилактики. Значимость эффективного воздействия на аудиторию при передаче этой тематики трудно переоценить: коммуникативные средства влияния могут внести весомый вклад в результаты профилактической кампании.

Особый интерес представляют дискурсивные тактики, позволяющие сделать информационные компоненты медицинского дискурса более простыми и доступными для восприятия, то есть усилить их речевое воздействие. В результате анализа официальных вебсайтов британских, американских и российских фондов по борьбе с онкологическими заболеваниями Pink Ribbon, Maine Cancer Foundation, Breast Cancer Care, Breast Cancer UK, фонда профилактики рака «Живу не напрасно», противоракового общества России были выявлены следующие дискурсивные тактики.

Прямое апеллирование к аудитории. Обычно базируется на использовании личных местоимений, лексики разговорного стиля, простых синтаксических конструкций, например, 'Cancer is hereditary; If your sister, mother, or daughter developed breast cancer, then you have a higher risk of developing it yourself.' (*Pink Ribbon international*)

Прямое побуждение к действию. Основано на использовании инфинитивов для создания категоричной, директивной тональности, не терпящей отлагательства ситуации, например 'Write to your local Member of Parliament today and ask them to pledge their support to prevent breast cancer' (*Breast Cancer UK*); 'Join us in the fight against breast cancer, and become a part of the cure. Your personal contribution will help in the ongoing effort to stop out breast cancer for good. Giving has never been so rewarding!' (*Pink Ribbon international*)

Ответ-вопрос (информирование и побуждение). Часто используется в русскоязычном дискурсе как рекламный ход негосударственных фондов или клиник для информирования пациентов о своей деятельности, например,

“Вопрос:

Почему мне нужно обращаться к вам за помощью, ведь медицинские услуги бесплатны в нашей стране и онкологическая помощь по закону бесплатна.

Ответ:

К сожалению, процедура получения бесплатного лечения отнимает много времени и сил. И даже при получении квоты, скорее всего госпитализации придется ждать месяцами из-за имеющихся очередей. В таких вопросах как онкология время слишком дорого стоит. Мы можем организовать Вам лечение в кратчайшие сроки именно в том стационаре, который подходит именно Вам. Эксперты нашей службы проведут медико-экономическую экспертизу в случае, если Вы не будете согласны со счетом лечебного учреждения” (*Центр помощи: лечение рака груди*)

Апеллирование к авторитету. Часто встречается в российском дискурсе, когда информирование или побуждение происходит в ходе интервью с экспертом.

Раскрытие диагноза публичной персоной (diagnosis coming out). Чаше

используется в западных профилактических кампаниях, например, публичное обсуждение превентивной мастэктомии Анджелины Джоли как положительного примера принятия радикальных мер по предотвращению онкологического заболевания.

Создание слоганов построенных на логотипах кампании по

профилактике рака с использованием игры слов. Символом и логотипом англоязычной кампании по профилактике рака молочной железы является розовая лента (Pink Ribbon). На основе этого логотипа возникли фразеологизмы think pink, pink awareness, отражающие осознание необходимости профилактики и борьбы с раком молочной железы.

В заключении отметим, что современный медицинский дискурс или дискурс здравоохранения выходит за профессиональные границы и пересекается с публицистическим, образовательным, рекламным сферами коммуникации. Потому проблемы речевого воздействия в медицинском дискурсе, дискурсивные стратегии и тактики как инструменты влияния в этой сфере коммуникации требуют глубокого осмысления и дальнейшего исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Учебное издание. — Воронеж: Истоки, 2012. — 178 с.
2. Sarangi S, Roberts C. Introduction: Discursive hybridity in medical work / S. Sarangi // Talk, Work and Institutional Order: Discourse in Medical, Mediation and

Management Settings // ed. by Srikant Sarangi and Celia Roberts. — New York-Berlin: Mouton de Gruyter, 1999. — P. 61—75.

3. Стеблецова А. О. Национальная специфика делового дискурса в сфере высшего образования (на материале англоязычной и русскоязычной письменной коммуникации): автореф. дис. ... д-ра филол. наук:10.02.20 / А. О. Стеблецова; Твер. гос. ун-т. — Тверь, 2015. — 44 с.

Воронежский государственный медицинский университет имени Н. Н. Бурденко

Стеблецова А. О., д. ф. н., заведующая кафедрой иностранных языков

E-mail: annasteb1@mail.ru

ИСТОЧНИКИ

4. Breast Cancer UK <http://www.breastcanceruk.org.uk/>
5. Pink Ribbon <http://pinkribbon.org/>
6. Maine Cancer Foundation <http://mainecancer.org>
7. Фонд профилактики рака «Живу не напрасно» <https://nenaprasno.ru>
8. Противораковое общество России <http://www.proor.ru>

Voronezh N. N. Burdenko State Medical University
Stebletsova A. O., Doctor of Philology, Head of Foreign Languages Department
E-mail: annasteb1@mail.ru

КОЛОКОЛЬНЫЙ ЗВОН В ЦИКЛЕ РАССКАЗОВ В. А. НИКИФОРОВА-ВОЛГИНА «ДЕТСТВО»

Е. Л. Сузрюкова

Новосибирская православная духовная семинария

Поступила в редакцию 10 декабря 2017 г.

Аннотация: в данной статье рассматриваются семантика и функции колокольного звона в цикле рассказов В. А. Никифорова-Волгина «Детство». Выявляются основные типы колокольных звонов, присутствующих в произведении писателя. Автор — носитель православного мировоззрения, и поэтому большинство аудиальных образов в его текстах, включая и звон колокола, связаны со сферой церковной жизни.

Ключевые слова: колокольный звон, Никифоров-Волгин, цикл рассказов «Детство», литературный мотив, сюжет.

Abstract: the article is devoted to the semantic and functions of bell ringing in the cycle of short stories "Childhood" by Vassily Nikiforov-Volgin. Identifies the main types of peals that are present in the work of the writer. The author is the bearer of the Orthodox world outlook, and most auditory images in his texts, including ringing bells, associated with the sphere of Church life.

Keywords: bell ringing, Nikiforov-Volgin, cycle of short stories "Childhood", literary motif, plot.

В статье Е. А. Осьминой, посвященной анализу церковных песнопений в циклах рассказов В. А. Никифорова-Волгина «Детство» и «Из воспоминаний детства», отмечается, что этот прозаик мастерски описывает звук и звучание: «<...> и чистый звук, и наложение звуков друг на друга, и контраст между тишиной и звуком» [1, 224]. Исследовательница приходит к выводу, что Никифорову-Волгину можно отдать пальму первенства в отношении «звука», если сопоставить его творчество с произведениями, к примеру, И. С. Шмелева и И. А. Бунина, каждый из которых осваивает свою сферу восприятия мира: визуальную и одористическую соответственно. Е. В. Блохина, рассматривая специфику языка писателя, также отмечает особую способность В. А. Никифорова-Волгина к описанию аудиальных образов [2, 213]. В нашей статье мы обратим пристальное внимание на колокольный звон в текстах В. А. Никифорова-Волгина, еще не попавший в поле зрения филологов как самостоятельный объект изучения¹.

По мнению С. Исакова, рассматривающего творчество В. А. Никифорова-Волгина, писатель «был православным христианином, и это прежде всего определяет его мировосприятие. По искреннему его убеждению, основой всей нашей жизни может быть только вера в Бога, на ней держится мораль, без нее люди превра-

щаются в зверей» [6, 334]. В настоящее время автор цикла «Детство» прославлен Русской Православной Церковью в чине святых новомучеников². Несомненно, что произведения, созданные прозаиком, в достаточной мере отражают в себе особенности, свойственные православному мировоззрению. О различии западного и восточного — православного — христианства по сенсорному критерию пишет И. И. Лященко: «На Западе в целом с большим пиететом относятся к зрению. Человек в этой ментальности из альтернативы КАЗАТЬСЯ / БЫТЬ всегда выберет первое. <...> А на христианском Востоке зрению часто не доверяли. Например, преподобный Нил Синайский замечает: «Зрение различает только более грубое в чувственном, да и в том нередко ошибается». Следуя за сложившейся традицией, святитель Иоанн Златоуст называет настоящее и блага этой жизни «видимым», а «слышимое» сопоставляется у него с будущими вечными благами по воскресении. Зрение открывает внешний мир и ориентирует человека вовне, а слух больше вводит личность под своды ее внутреннего мира, направляет к самонаблюдению» [8, 69]. Вероятно, обозначенной особенностью православной ментальности и объясняется столь существенное внимание, которое В. А. Никифоров-Волгин уделяет аудиальным образам в своих произведениях и колокольному звону, в частности.

¹ Заметим, что уже существуют работы, посвященные анализу и истолкованию образов колокольного звона в произведениях А. С. Пушкина [3], Н. В. Гоголя [4], С. А. Есенина [3], [5].

² Н. В. Пересторонин в монографии о жизни В. А. Никифорова-Волгина указывает, что память новомученика Василия отмечается 14 декабря [7, 8], приводит текст тропаря, посвященного этому святому [7, 11].

Цикл рассказов «Детство» открывает «редкий великопостный звон» [9, 3]. Колокольный звон — один из наиболее частотных звуков, присутствующих в прозе В. А. Никифорова-Волгина. Удары в колокол в его текстах — это и зов на церковную службу, и украшение праздничного богослужения, и выражение радости. Автор обращается к разным видам церковного колокольного звона, каждый из которых сопряжен с особым смысловым комплексом в его рассказах. Постный благовест³, звучащий в самом начале цикла, не просто упоминается в тексте, но вводится с развернутой метафорой: «Редкий великопостный звон разбивает скованное морозом солнечное утро, и оно будто бы рассыпается от колокольных ударов на мелкие снежные крупинки» [9, 3]. В последующих рассказах цикла вновь актуализируется заданная здесь семантика разделения целого на части и возникает образ раскалываемого льда, соотносящегося с «мелкими крупинками» снега, осыпавшимися от ударов: «Колькин голос, как птица, взлетает все выше и выше, и вот-вот упадет, как талая льдинка с высоты, и разобьется на мелкие хрусталики» [9, 11]; «Дворник Давыд раскалывает ломом рыхлый лед, и он так хорошо звенит, ударяясь о камень» [9, 15]; «По голубой шумливой воде плыли льдины и разбивались одна о другую» [9, 24]; «<...> с реки доносится ледяной треск <...>» [9, 32]. Череда этих образов, обладающих звуковыми характеристиками, связана с наступлением весны — как природной, так и духовной. «Духовной весной» в православных песнопениях назван Великий пост. «Великий пост» — это название первого рассказа цикла «Детство». Колокольный звон, вещающий о начале поста — периода работы над душой, времени оживления души, в то же время дает природе импульс к пробуждению от зимнего сна (календарно, как можно увидеть по сюжету рассказа, весна еще не наступила). Духовная реальность, таким образом, для автора первична, и перемены, происходящие в материальном мире, обусловлены событиями в духовной жизни людей, в жизни церкви. Звон колокола в такой смысловой системе координат выполняет, помимо всего прочего, и сюжетообразующую функцию, направляя как движение сюжета первого рассказа цикла (рассказчик идет в храм, слушая по дороге звон церковного колокола), так и организуя сюжет наступления весны, выраженный в образах «снежных крупинок» и расколотого льда.

Путь мальчика Васи в храм сопровождает также скрип снега: «Под ногами скрипит снег, как новые сапоги, которые я обуваю по праздникам» [9, 3]. Пока-

³ В книге прот. Серафима Слободского «Закон Божий» об этом виде колокольного звона говорится так: «[Благовест] <...> постный или редкий, производится меньшим по величине колоколом, в седмичные дни Великого Поста» [10, 704].

зательно здесь отсутствие темы скорбности, печали великопостного звона. Напротив, для рассказчика это время — время праздника, радости, новизны. Прот. Серафим Слободской пишет о том, что колокольный звон — индикатор состояния души человека: «<...> Чувство беспокойства, душевного томления вызывается колокольным звоном в душе постоянно грешной. Между тем как в душе верующей, ищущей мира с Господом Богом, церковный колокольный звон возбуждает светлое, радостное и мирное настроение» [10, 703]. У рассказчика, несомненно, внутреннее состояние души устремлено навстречу Богу, и даже великопостный звон рождает в нем чувство радости.

В церкви Вася слышит от священника «никогда не слышимые слова» [9, 4] молитвы, читаемой на час третий. Это обычное чтение в начале церковной службы, великопостная тема тут еще не звучит, но для Васи слова молитвы новы и звучат по-особому. Мальчик, как понимает читатель, еще только знакомится с миром веры, и открытие это совершается с самого начала «духовной весны».

В третьем рассказе цикла — «Исповедь» — колокольный звон получает семантику, связанную с состоянием души рассказчика. Здесь представлены две противоположные друг другу сюжетные ситуации: ситуация покаяния и ситуация искушения. К покаянию призывают «печальные великопостные колокола» [9, 17]. Печаль сопряжена с сожалением о содеянном, к которому призывается мальчик. Именно потому в его восприятии колокола звучат уже не празднично, а скорбно. Ситуацию искушения в тексте создают сверстники Васи, зовущие его подняться на колокольню, откуда ему хотелось бы позвонить в колокол (такое возможно на Пасху и на Светлой седмице как выражение особой радости, но в Великий пост неуместно). Мальчик преодолевает это искушение, и колокольный звон в этом рассказе больше не появляется.

В Великий Четверг меняется звучание церковного колокола: «В десять часов утра ударили в большой колокол, к четверговой литургии. Звонили уже не повеликопостному (медлительно и скорбно), а полным частым ударом» [9, 23]. Колокольный звон указывает на особенность совершаемого праздника, соотносен с его смыслом. Прот. Серафим Слободской говорит о таком значении колокольного звона в это время: «<...> во дни Страстной седмицы [колокольный звон] напоминает нам о нашем примирении с Богом через Христа Спасителя» [10, 703]. Кроме того, Великий Четверг предваряет за несколько дней Пасху, это день установления таинства Евхаристии, радостный для христиан праздник, а потому колокол звучит в этот день уже не скорбно.

Перед службой, на которой читаются двенадцать Евангелий, в одноименном рассказе цикла автор описывает колокольные звоны разных церквей: «Нельзя было не вздрогнуть, когда по тихой земле прокатил-

ся круглозвучный удар соборного колокола. К нему присоединился серебряный, как бы грудной звон Знаменской церкви, ему откликнулась журчащим всплеском Успенская церковь, жалостным стоном Владимирская и густой воркующей волной Воскресенская церковь» [9, 29]. В этой насыщенной звуками картине каждая церковь обладает собственным «голосом». Колокольные звоны различаются здесь по силе звука (соборный колокол — самый громкий, дает раскатистый звук, на его фоне звучат «голоса» остальных церквей), по характеру распространения («по <...> земле прокатился круглозвучный удар соборного колокола» [9, 29], т.е. постепенно охватил все доступное восприятию слушателя пространство, о других же «голосах» церквей такого не говорится), по тембру. Большинство храмов городка, в котором живет рассказчик, оказываются Богородичными (Знаменская, Успенская, Владимирская церкви), и в тональности звучания некоторых из этих церквей прослеживаются «женские» черты: «журчащий всплеск» напоминает водное пространство реки (вода — женская стихия), способность издавать «жалостный стон» — тоже женская характеристика. Примечательны особенности звучания колоколов других церквей. «Круглозвучный удар соборного колокола» напоминает движение яблока по блюдецку в волшебной сказке (круглый звон прокатывается по круглой земле; круг, к тому же, — идеальная фигура, и наделение церковного звона этим свойством придает ему значение гармонизации окружающего пространства; также он выражает смысл гармонии, заключенный в церковной жизни как таковой⁴). Эпитет «серебряный»⁵ характеризует мелодичность церковного звона. Сравнение звона колоколов со звуками, рожденными водной стихией (всплеск, волна) перекликается в цикле «Детство» с описанием церковного пения: «Едва слышным озерным чистоплеском, трогательно и нежно запели: «Тебе одевающегося светом яко ризою <...>» [9, 35]. Такие звуки приятны для слуха. В основном они негромки (на это указывает слово «всплеск», означающее однократное звучание, а также «едва слышный чистоплеск»). «Голос» Вознесенской церкви, сопоставленный с «густой воркующей волной», очевидно, сильнее, чем колокольные звоны, сравнивающиеся с «чистоплеском» и «всплеском». Но сила эта смягчена эпитетом «вор-

кующей», т.е. «ласкающей слух». Таким образом, тут представлена целая палитра звуков, как значительно отличающихся друг от друга, так и имеющих определенные оттенки звучания.

Обратим внимание на то, что «голоса» разных церквей раздаются на фоне тишины (первый удар «по тихой земле прокатился» [9, 29]), а потому каждой из них может быть хорошо слышан и точно описан слушателем-рассказчиком. Перед читателем же возникает картина наслоения звуков друг на друга. Постепенно к первому звуку присоединяется другой, к ним — третий и т.д. Возникает многоголосие звонов, заполняющее пространство провинциального города. При этом автор подробно описывает не только отдельные колокольные звоны, но и общее впечатление, рожденное всеми представленными звуками: «От скользящего звона колоколов город словно плыл по голубым сумеркам, как большой корабль, а сумерки колыхались, как занавесы во время ветра, то в одну сторону, то в другую» [9, 29]. Сравнение с движением корабля по водной поверхности, на наш взгляд, сопряжено не только с волнообразным звучанием (удары в колокол задаются в определенном ритме; колебание сумерек в тексте описано как ритмичные движения), но и со спасительной ролью церкви в жизни человека. Ведь традиционная метафора церкви — корабль; здесь кораблем назван город, наполненный звоном колоколов, т.е. в данном контексте наиболее значимыми пространственными «точками» в городе становятся именно церкви, а сам город в таком смысловом поле может быть интерпретирован как вмещилище церквей, определяющих ход и направление жизни горожан.

Пасхальный звон — самый радостный и самый громкий в рассказах В. А. Никифорова-Волгина. Рассказчик говорит о традиции «в колокола потрезвонить» [9, 33] на Светлой седмице, отмечает, что во время пасхального богослужения слышался колокольный трезвон. В рассказе «Светлая Заутреня» отец Васи повествует о праздновании московской Пасхи: «Кто раз повидал ее, тот до гроба поминать будет. Грохнет это в полночь первый удар колокола с Ивана Великого, так словно небо со звездами упадет на землю! А в колоколе-то, сынок, шесть тысяч пудов, и для раскачивания языка требовалось двенадцать человек! Первый удар подгоняли к бою часов на Спасской башне...» [9, 43]. Уже первый удар в колокол здесь необычен по силе звука: в тексте употребляется гиперболическое сравнение — «словно небо со звездами упадет на землю», — подчеркивающее исключительную громкость московского колокола с колокольни Ивана Великого. Сам колокол — источник звука — тоже необычайно велик. Неслучайна и синхронизация первого удара в колокол с боем часов именно на Спасской башне, поскольку Воскресение Христово — исполнение обещанного Богом человеку спасения.

⁴ Ср. с точкой зрения А. С. Ярешко: «<...> сам колокол, как и человек, символизирует структуру мироздания, а звук его наделен космогоническим смыслом, Божественной энергией» [11, 58].

⁵ Подробнее о семантике серебра в этом цикле рассказов В. А. Никифорова-Волгина см.: Е. Л. Сузрюкова Металлы в цикле рассказов В. А. Никифорова-Волгина «Детство» / Культура и текст. Барнаул, 2017, № 2 (29). С. 108—115. URL: http://www.ct.uni-altai.ru/wp-content/uploads/2017/06/Suzrykova_2_2017.pdf. [12]

В рассказе отца Васи есть темпоральная инверсия: вначале он говорит о первом ударе колокола, затем описывает предшествующие ему звуки, наполнявшие пасхальную Москву: «Да... часы на Спаской башне... Пробьют — и сразу же взвывается к небу ракета... а за ней пальба из старых орудий на Тайницкой башне — сто один выстрел!..» [9, 43]. Эти громкие звуки — обозначенные в тексте (бой часов, пальба) и подразумеваемые (ракета должна разразиться фейерверком) — создают фон, на котором будет звучать первый удар в колокол и следующие за ним звоны. Звуки орудий и салют — символы победы, в данном случае — победы Христа над смертью.

Далее Васин отец рассказывает о собственно колокольных звонах, заполнивших столицу: «Морем стелется по Москве Иван Великий, а остальные сорока-сороков вторят ему, как реки в половодье! Такая, скажу тебе, сила плывет над Первопрестольной, что ты словно не ходишь, а на волнах качаешься маленькой щепкой! Могучая ночь, грому Господню подобная!» [9, 43]. Здесь вновь используются сравнения, связанные с водной стихией, только вместо тихого всплеска, характеризующего звон колокола в провинциальном городке, автор обращается к величественным образам моря и рек в половодье, подчеркивающим особую громкость столичных звонов⁶. Перед читателем уже не постепенное наложение звуков друг на друга, но изображение общей картины звучания колоколов Москвы с выделением доминирующего звона, принадлежащего колокольне Ивана Великого. Сопоставление колокольного звона «сорока-сороков» праздничной «могучей ночью» с «громом Господним» усиливает семантику невероятной громкости звука и вместе с тем указывает на сопричастность этих потоков звуков сфере сакрального, божественного. Прот. Серафим Слободской так говорит о значении пасхального колокольного звона: «<...> во дни Светлой Пасхальной седмицы [колокольный звон] возвещает нам о победе жизни над смертью и о вечной, нескончаемой радости будущей жизни в Царствии Христовом» [10, 703]. Эти смыслы, несомненно, присутствуют и в произведении В. А. Никифорова-Волгина.

Колокольный звон присутствует только во включенных в великопостный литургический цикл рассказах «Детства», а также в пасхальном рассказе. В рамках этого цикла в зависимости от времени церковного календаря и особенностей моментов богослужения звучит либо благовест, либо трезвон. Функции колокольного звона, помимо сюжетообразующей, в текстах В. А. Никифорова-Волгина таковы:

⁶ К примеру, В. В. Кавельмахер пишет о наиболее громких московских колоколах так: «Кроме шести великих колоколов Ивана Великого на сводах церкви Рождества Христова и на Филаретовской пристройке стояло четыре огромных благовестника, голоса которых знала вся Москва» [13, 72].

возвещение о начале и об окончании богослужения, призыв верующих на молитву, создание молитвенного настроения, эстетическая функция (украшение церковной службы), выражение эмоционального содержания текущего церковного дня, проповедь православия. Семантика колокольного звона сопряжена с сюжетом наступления «духовной весны», а также с образами водной стихии (всплеск, река, корабль, волны, море и т.п.), не только характеризующими особенности распространения звуков, но и являющимися атрибутами весны и обновления. В целом же, в цикле рассказов «Детство» В. А. Никифорова-Волгина продолжает традицию изображения колокольного звона, заложенную славянофилами в XIX веке, о которой пишет Э. Р. Лассан: «<...> каждая эпоха или идейно-художественное течение трансформируют эту тему — звук колокола воспринимается то как вносящий в душу чувство гармонии и связи с Русью (поэзия славянофилов XIX в.), то как стимул к размышлениям об утраченном времени, то как элемент пейзажа, заставляющего чувствовать тщету личностных переживаний (серебряный век)» [14, 40]. Колокольный звон включен у В. А. Никифорова-Волгина в смысловой комплекс, связанный с миром православной веры, как это было прежде и у славянофилов. Само же произведение отражает воспоминания автора о дореволюционной России⁷, прочно соединенной с восточной христианской культурой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Осьминина Е. А. Тексты церковных песнопений в циклах «Детство» и «Из воспоминаний детства» В. А. Никифорова-Волгина / Е. А. Осьминина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. — М., 2015. — № 5 (716). — С. 216—226.
2. Блохина Е. В. Творчество В. А. Никифорова-Волгина / Е. В. Блохина // Научные труды Калужского государственного университета им. К. Э. Циолковского. — Калуга: Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского, 2016. — С. 212—215.
3. Сухов А. В. Символика музыкальных образов колоколов и колокольного звона в трагедии А. С. Пушкина «Борис Годунов» и поэмах С. А. Есенина «Марфа Посадница» и «Пугачев» / А. В. Сухов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — Нижний Новгород, 2016. — № 3. — С. 247—251.
4. Савинова А. Г. Музыкальный код в художественной прозе Н. В. Гоголя: образы колокола и колокольчика / А. Г. Савинова // Вестник Томского государственного университета. — Томск, 2010. — № 333. — С. 17—20.
5. Сухов А. В. Образы колоколов в поэмах Сергея Есе-

⁷ Ср. с изображением колокольного звона в рассказе Б. К. Зайцева «Улица святого Николая» (1921), в котором, по словам И. С. Урюпина, «колокола звонят», будто зывают к голосу совести <...>» [15, 67], обращаясь к мятущимся душам уже после революции в России.

нина / А. В. Сухов // Современное есениноведение. — Рязань: Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина, 2012. — № 22. — С. 98—104.

6. Исаков С. Забытый писатель / В. А. Никифоров-Волгин Дорожный посох. — М.: Советская Россия, 1992. — С. 330—339.

7. Пересторонин Н. В. Молнии слов святозарных: Этот известный неизвестный В. А. Никифоров-Волгин / Н. В. Пересторонин. — Киров: Издательский дом «Герценка», 2013. — 76 с.

8. Лященко И. И. Пасхальный благовест / И. И. Лященко // Колокольный звон как феномен славянской культуры: История и современность. — Минск: Белорусская Православная Церковь, 2011. — С. 63—74.

9. Никифоров-Волгин В. А. Земля-имениница / В. А. Никифоров-Волгин. — М.: Ставро, 2004. — 224 с.

10. Слободской С., прот. Закон Божий / С. Слободской. — Волоково: Издание Николо-Волововского монастыря, 1999. — 722 с.

11. Ярешко А. С. Сакральный смысл православных колокольных звонов / А. С. Ярешко // Колокольный звон как феномен славянской культуры: История и современность. — Минск: Белорусская Православная Церковь, 2011. — С. 47—62.

12. Сузрюкова Е. Л. Металлы в цикле рассказов В. А. Никифорова-Волгина «Детство» / Е. Л. Сузрюкова // Культура и текст. — Барнаул, 2017, — № 2 (29). — С. 108—115.

13. Кавельмахер В. В. Способы колокольного звона и древнерусские колокольни / В. В. Кавельмахер // Колокола. История и современность. Отв. Ред. Б. В. Раушенбах. — М.: Наука, 1985. — С. 39—78.

14. Лассан Э. Р. Благовест сменяется набатом (дискурс колокола в русской культуре) / Э. Р. Лассан // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. — М., 2014. — № 3. — С. 28—42.

15. Урюпин И. С. Библийский текст в русской литературе конца XIX — первой половины XX века: курс лекций / И. С. Урюпин. — Елец: ЕГУ им. И. А. Бунина, 2015. — 187 с.

*Новосибирская православная духовная семинария
Сузрюкова Е. Л., кандидат филологических наук, преподаватель кафедры гуманитарных дисциплин
E-mail: npds@yandex.ru*

*Novosibirsk Orthodox Theological Seminary
Suzryukova E. L., Doctor of Philosophy, Lecturer of the
Humanitarian Disciplines Department
E-mail: npds@yandex.ru*

НАЗВАНИЯ ВОЕННЫХ СОБЫТИЙ КАК ОСОБЫЙ КЛАСС ХРОНОНИМОВ

Н. А. Фатеева

*Тюменское высшее военно-инженерное командное училище
имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова*

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье проводится анализ ономастических единиц, называющих военные события и действия. Для именования рассматриваемых единиц предлагается термин «милитарионим», обосновывается целесообразность включения его в научный оборот. Проведённый анализ позволяет определить милитарионимы как особый класс хрононимов. Данный класс рассмотрен с точки зрения его отношения к реалиям. Выделены и описаны характерные особенности милитарионимов как ономастических реалий.

Ключевые слова: ономастика, названия военных событий, реалии, ономастические реалии, хрононим, милитарионим, фразеоним.

Abstract: in the article onomastic units, naming military events and actions are analyzed. For these units the term «militarionim» is offered, the expediency of its inclusion in the scientific circulation is substantiated. The carried out analysis allows to define militarionimy as a special class of chrononyms. This class is considered from the point of view of its relation to realities. The characteristics of militarionimov as onomastic realities are identified and described.

Keywords: onomastics, names of military events, realities, onomastic realities, chrononym, militarionym, phraseonym.

Военные события являются неотъемлемой составляющей общественной жизни русского народа, этим событиям отведено значительное место в российской истории.

Поскольку военные события занимают значительное место в русской истории, их названия, следовательно, занимают особое место в языке, в частности, в ономастике.

Ономастические единицы, называющие военные события (войны, сражения, битвы и т.п.), не выделены в отдельный класс. В русской ономастике их принято относить к хрононимам, именам собственным «определенного отрезка времени, важного для человеческого общества тем, что в них локализовано какое-либо событие или события, характеризующиеся определенными тенденциями. Пр.: *Русско-японская война, Ялтинская конференция, Петровская эпоха, Средние века, День Победы, Новый год, Рождество*» [1, 162].

Как видно из определения, к хрононимам относятся имена собственные, называющие праздники и войны, политические события и религиозные даты, важные исторические эпохи.

На наш взгляд, хрононимы, называющие военные события, заслуживают особого внимания, должны быть выделены в отдельный класс и могут быть названы термином «милитарионимы» (от лат. *militaris* — 'военный' и греч. *опута*, *опома* — 'имя').

Военные события (например, *Великая Отечественная война*) невозможны без военных действий (*Московская битва, операция «Багратион»*) и, наоборот, военные действия есть события в военной истории, поэтому они тоже должны быть отнесены к классу милитарионимов. Таким образом, милитарионимы — класс хрононимов, имя собственное военного события или действия [2, 255].

Одним из направлений в изучении милитарионимов является исследование их как ономастических реалий.

В научной литературе существуют значительные расхождения в вопросе об определении понятия реалии, но всё же отмечаются два основных подхода к определению сущности реалий: переводческий и страноведческий.

Изначально этот термин употреблялся преимущественно в трудах по теории и практике перевода (Л. Н. Соболев, Л. С. Бархударов, С. Влахов и С. Флорин, В. С. Виноградов). В дальнейшем термин всё чаще оказывался востребованным в курсах по страноведению, а вместе с тем — по лингводидактике, культурологии и межкультурной коммуникации (М. Л. Вайсбурд, Г. Д. Томахин, Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров).

Наиболее точным и полным определением термина «реалии» нам представляется определение С. Влахова и С. Флорина, которые считают реалиями «слова и словосочетания, называющие предметы, явления, объекты, характерные для жизни, быта, культуры, социального развития одного народа и малозна-

комые либо чуждые другому народу, выражающие национальный и / или временной колорит» [3, 48].

В лингвострановедении реалиями «можно считать всё то, что для своего адекватного описания требует либо энциклопедической справки, либо схематического или табличного представления, либо сообщения некоторых житейских, известных носителям языка, но неизвестных иностранцам сведений» [4, 48].

Что касается соотношения реалий и имён собственных (онимов), то и здесь мнения исследователей неоднозначны.

Опираясь на мнения разных учёных (В. С. Виноградов, Г. Д. Томахин, В. А. Ражина), милитарионимы можно рассматривать как ономастические реалии: во-первых, в них содержится информация о локальной и национальной принадлежности обозначаемых ими объектов; во-вторых, они называют исторические факты и события в жизни страны; в-третьих, передают фоновую информацию, нуждающуюся в лингвострановедческом комментарии и в энциклопедической справке.

Приведём ряд примеров: *Сталинградская битва*, *Бородинское сражение*, *Кожуховский поход*, «*Кутузов*», «*Дон*», «*Концерт*», «*Звезда*». Указанные милитарионимы даже для носителей языка требуют некой энциклопедической справки:

Сталинградская битва 1942—1943 — оборонительная (17.7—18.11.1942) и наступательная операции советских войск в Великой Отечественной войне с целью обороны Сталинграда (Волгограда) и разгрома <...> группировки немецко-фашистских войск <...> [5, 878].

Бородинское сражение 1812 — крупнейшее сражение Отечественной войны 1812 между русской и французской армиями 26 авг. (7 сент.) у с. Бородино <...> [5, 132].

Кожуховский поход 1694 — манёвры русских войск, проведённые Петром I 23 сент. (3 окт.) у дер. Кожухово <...> [5, 437].

«*Кутузов*» — кодовое наименование плана Орловской операции 1943 советских войск <...> [5, 493].

«*Дон*» — кодовое наименование Северо-Кавказской операции 1943 советских войск в Великой Отечественной войне [5, 321].

«*Концерт*» — кодовое наименование операции, проведённой советскими партизанами с 19 сентября по конец октября 1943 <...> [5, 456];

«*Звезда*» — кодовое наименование плана Харьковской наступательной операции 1943 [5, 364].

Инофону для детального понимания приведённых милитарионимов необходим не только комментарий, но и глубокий лингвострановедческий анализ, поскольку в семантическом содержании указанных единиц происходит своего рода наложение ономастических значений. Так, милитарионим *Сталинградская битва* происходит от топонима-реалии

Сталинград, который, в свою очередь, образован от антропонима-реалии *Сталин*; милитарионимы *Бородинское сражение* и *Кожуховский поход* образованы от топонимов-реалий *Бородино* и *Кожухово* соответственно, кроме того, последний связан с ономастической реалией-антропонимом *Пётр I*. Очевидно, что каждое из звеньев этой «ономастической цепочки» содержит свою фоновую информацию и требует своего комментария.

Далее: антропоним-реалия *Кутузов* и топоним-реалия (потамоним) *Дон*, становясь кодовыми наименованиями военных операций и планов операций, переходят в класс милитарионимов и приобретают новое ономастическое значение, следовательно, становятся ономастическими реалиями другого вида (антропоним — милитарионим, топоним — милитарионим).

«*Концерт*», «*Звезда*» — здесь отмечается факт перехода имён нарицательных в имена собственные, т.е. онимизация. Значения указанных апеллятивов не отсылают нас к военным действиям, но, становясь онимами, они приобретают вторичное (ономастическое) значение — номинируют военные действия.

Особое место среди ономастических реалий занимают фразеологические милитарионимы. Фразеологический милитарионим (фразеоним) — это фразеологизм-имя, который номинирует военные события и действия [подробнее см.: 2]. Фразеонимы, как и фразеологизмы, «служат не только для номинации, но и для характеристики явлений, в них может быть заложена оценка» [6, 45].

Например:

Ледовое побоище 1242 — битва русского войска с ливонскими (немецкими) рыцарями 5 апреля на льду Чудского озера <...> [5, 502].

Брусиловский прорыв — наступление Юго-Западного фронта 1916 <...> [5, 141].

Бобруйский котёл — Бобруйская операция 1944<...>, часть Белорусской операции 1944 [5, 114].

Во-первых, здесь так же наблюдается связь с реалией-антропонимом (*Брусилов*) и с реалиями-топонимами (*Бобруйск*, *Чудское озеро*), содержащими фоновую информацию, во-вторых, значения апеллятивов *побоище*, *прорыв* и *котёл* для носителя иной картины мира не имеют экспрессивной окраски, и наверняка он (носитель) не сможет распознать метафору в указанных фразеономастических единицах.

Все приведённые выше факты говорят о том, что милитарионимы являются наиболее сложной, требующей особого внимания категорией в ономастической науке, а также в лингвострановедении, лингводидактике и межкультурной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. — М.: Наука, 1978. — 199 с.
2. Фатеева Н. А. Место милитарионимов в системе со-

временной ономастики / Н. А. Фатеева // Ономастика Поволжья: материалы XVI Международной научной конференции, посвящённой 50-летию первой Поволжской ономастической конференции и памяти её организатора В. А. Никонова (Ульяновск, 20—23 сентября 2017 г.) / под ред. С. В. Рябушкиной, В. И. Супруна, Е. В. Захаровой, Е. Ф. Галушко. — В 2 т. — Т. 2. — Ульяновск: ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2017. — С. 252—260.

3. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов,

С. Флорин. — М.: Международные отношения, 1986. — 416 с.

4. Денисов П. Н. Страноведение и учебные словари / П. Н. Денисов // Страноведение и преподавание русского языка как иностранного: Международный симпозиум (тезисы докладов и сообщений). — МГУ, 1971. — С. 48.

5. Военный энциклопедический словарь. — М.: Эксмо, 2007. — 1024 с.

6. Жуков В. П. Русская фразеология / В. П. Жуков. — М.: Высшая школа, 1986. — 158 с.

Тюменское высшее военно-инженерное командное училище имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова
Фатеева Н. А., старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков
E-mail: fna2007@mail.ru

Tyumen Higher Military Engineering Command School named after Marshal of Engineering Troops A. I. Proshlyakov
Fateeva N. A., Senior Lecturer of the Foreign and Russian Languages Department
E-mail: fna2007@mail.ru

СПЕЦИФИКА УПОТРЕБЛЕНИЯ ВОЕННОЙ МЕТАФОРЫ В МЕДИЦИНСКОМ ДИСКУРСЕ

Н. В. Федотова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: статья посвящена анализу военной метафоры в текстах медицинской тематики с начала XXI века и до настоящего времени. Научная новизна исследования состоит в том, что впервые дано целостное описание военной метафоры: выявлены тематические группы и лексико-грамматические разряды военной лексики, наиболее часто подвергающиеся процессу метафоризации в медицинском дискурсе, и особенности их употребления.

Ключевые слова: военная метафора, медицинский дискурс, лексико-семантическая характеристика, категориально-грамматические особенности, сема, направление метафорического переноса.

Abstract: the article is devoted to the analysis of the military metaphor in medical texts from the beginning of the XXI century and up to the present. The scientific novelty of the research is that for the first time an integral description of the military metaphor is given. The author reveals the thematic groups and lexico-grammatical category of military vocabulary that are most often subjected to the process of metaphorization in the medical discourse. The features of their use are identified.

Keywords: military metaphor, medical discourse, lexico-semantic characteristics, categorial-grammatical features, seme, direction of metaphorical transfer.

По мнению многих исследователей [1—3], метафорическое использование военной лексики является наиболее популярным и продуктивным средством речевой выразительности для различных типов дискурса (спортивного, политического, семейного и др.). «Военные метафоры появляются в результате переноса на репрезентируемые ими понятия характеристик концепта из области военного дела» [4, 61].

Таким образом, под военной метафорой следует понимать такой вид метафоры, в семантической структуре которой как эксплицитно, так и имплицитно представлена сема «война».

Медицинская и военная сферы близки, т.к. в основе каждой из них заключена борьба: в первом случае — это деятельность, направленная на преодоление и искоренение болезни, т.е. борьба врача за здоровье и жизнь пациента. Во втором случае — это военные действия, сражение, т.е. борьба за территорию, акваторию, сферу влияния и др., где каждый отдельно взятый индивидуум борется не только за интересы своего племени, народа или государства, но и за свою жизнь. Поэтому закономерно, что метафорическая модель «Медицина — это война» отражает восприятие победы или поражения в борьбе за здоровье и жизнь как аналога военной битвы.

Цель данного исследования — анализ особенностей функционирования военных метафор различных тематических групп в медицинском дискурсе

(на материале текстовых фрагментов «Национального корпуса русского языка» [5] и некоторых других электронных ресурсов, посвящённых медицинской тематике) с начала XXI века и до настоящего времени.

Анализ военной лексики с точки зрения лексико-семантической характеристики позволяет выделить следующие тематические группы:

«Наименование военных действий и способов ведения войны»: *агрессия, атака / атаковать, блокада / блокировать / блокирующий / блокируя, биться, бомбардировка, бомбить / разбомбить, взрыв / взрываться / взорваться, вторжение, защита, наступление, наносить удар, нейтралитет, обстрел, подрывать / подорвать, поражать / поразить, прорыв / прорываться / прорваться, сражение / сражать / сразить / сражаться / сразиться, стрелять, штурм и др.*

«Наименование мест проведения военных действий»: *граница, дислокация, крепость, линия обороны, минное поле, редут, центр управления полётом и др.*

«Наименование воинских подразделений, частей, соединений, объединений»: *армия.*

«Наименование определяющего элемента боевой готовности военнослужащих, войск»: *агрессивный, мобилизация.*

«Наименование лиц и совокупности лиц, имеющие прямое и косвенное отношение к военным действиям»: *богатырь, главнокомандующий, защитник, командир, наводчик, снайпер, солдат и др.*

«Наименование родов войск и специальностей»: *артиллерия*.

«Наименование видов оружия, его элементов и мест хранения»: *арсенал, бомба, калибр, мина, пушка, таран / таранная, торпеда, щит и др.*

«Наименование понятий военного искусства»: *высший пилотаж, тактика, стратегия*.

«Наименование элементов обмундирования

и снаряжения»: *шлем*.

«Наименование процессов и результатов ведения военных действий»: *белый флаг, воронка от взрыва, победа, поражение, трофей, убивать / убить и др.*

В приведённой ниже таблице 1 наглядно представлено, с какой частотностью в языке медицины встречаются выделенные тематические группы.

Таблица 1.

Частотность употребление тематических групп военной лексики в медицинском дискурсе

Тематическая группа	Частотность
Наименование военных действий и способов ведения войны	48%
Наименование видов оружия, его элементов и мест хранения	12%
Наименование мест проведения военных действий	10%
Наименование процессов и результатов ведения военных действий	10%
Наименование лиц и совокупности лиц, имеющих прямое и косвенное отношение к военным действиям	10%
Наименование понятий военного искусства	4%
Наименование определяющего элемента боевой готовности военнослужащих, войск	3%
Наименование воинских подразделений, частей	1%
Наименование родов войск и специальностей	1%
Наименование элементов обмундирования и снаряжения	1%

В плане категориально-грамматических особенностей проведённый анализ метафоризации военной лексики в языке медицины обнаружил следующие закономерности: наиболее распространёнными являются субстантивные метафоры, которые составляют 60% от общего числа рассмотренных примеров; на втором месте находятся глагольные метафоры, составляющие 30%; реже всего встречаются адъективные метафоры (7% соответственно).

Учитывая особенности функционирования военной лексики в медицинском дискурсе, метафорические единицы можно поделить на три группы.

К первой группе следует отнести окказиональные, метафорически переосмысленные лексические единицы военного дела, употребление которых в медицинском дискурсе носит случайный характер: *артиллерия, богатырь, бомба, бомбардировка, вторжение, граница, главнокомандующий, командир, крепость, мина, мобилизация, наводчик, пушка, редут, снайпер, солдатский, обстрел, штурм и др.* Такие лексемы не имеют устойчивого употребления, их цель — усиление экспрессивности. Поэтому такие метафоры используют в качестве образных заместителей терминов медицины и усиления эмоционального воздействия на реципиента.

Например:

белый флаг в значении «сдаваться, не выдерживая натиска чего-л.»: *«Но если таких клеток-эоцентриков много и это зловещее сообщество растёт и растёт, иммунитет выкидывает белый флаг»* (Наталья Алексеева. Чисто мужская беда (2002) // «Семейный доктор», 2002.09.15) [Там же],

первая линия обороны вместо «совокупность органов, тканей и клеток, работа которых направлена на защиту организма от различных болезней»: *«Врожденная иммунная система — первая линия обороны»* (Анна Солодова. «Испанка» // «Детали мира», 2011) [Там же],

Ко второй группе следует отнести широкоупотребительные метафоры, которые дублируют медицинские термины. Это метафорически переосмысленные военные слова, в результате регулярного употребления ставшие принадлежностью общеупотребительной лексики.

К данной группе следует отнести лексемы, попавшие в медицинскую лексику как готовые выразительные средства: *агрессия, армия, арсенал, атаковать, биться, взрыв / взрываться / взорваться, защитник, защищать, калибр, наступление, нейтралитет, победа, подрывать / подорвать, сражение / сражать / сразить сражаться / сразиться, стрелять, убивать / убить, удар и др.*

Слова рассматриваемой группы чаще всего выступают в роли заменителей основных терминов и, так же как слова первой группы, используются для усиления экспрессивности речи.

Например:

взрыв в значении «резкая перемена в чем-л.»: *«Вам смогут предложить гормональный взрыв в организме...»* (Анна Варшавская. Дар не случайный (2002) // «Домовой», 2002.02.04) [Там же],

высший пилотаж вместо «высокий профессионализм»: *«Я вообще считаю, что работа настоящего терапевта — вот высший пилотаж медицины»* (Игорь Андрианов. Где они, новые технологии-2, или

Нужны ли нам новые лекарства? // «Знание — сила», 2005) [Там же],

Наибольший интерес представляет третья группа, к которой следует отнести слова военной лексики, в результате метафоризации ставшие медицинскими терминами. Слова данной группы отмечены в некоторых общих словарях (со специальной пометой «мед.») [6—8] и во всех медицинских словарях (например, в «Словаре медицинских терминов» [9—10].

Переход военного термина в медицинский связан с резкими сдвигами в его содержании и основан на переосмыслении по сходству, порождающему ярко образную метафору (1-я группа слов). Единичная метафора становится широкоупотребительной при условии закрепления в языке (2-я группа слов). Медицинские термины (3-я группа слов) составляют терминологизированные слова из второй группы. К таким метафорическим номинациям относят следующие: *атака, блокада, блокировать / блокировать / блокирующий / блокируя, дислокация, поражение, поражать / поразить, тактика, таранная, торпеда, шлем, щит и др.*

Например, **атака** — острый приступ болезни: «**Панические атаки** — *главное психическое заболевание XXI века*» (Полина Волошина, Евгений Кульков. Маруся (2009) [5]. Метафорический перенос осуществлён на основе семы «внезапность, стремительность». Направление метафорического переноса: «Вид боевого действия => необъяснимый, мучительный для больного, приступ тяжёлой тревоги, сопровождаемый страхом».

Блокада — болезненное повреждение, изменение функций какого-л. органа или системы организма, обусловленное нарушением в поступлении к ним каких-л. нервных импульсов, гормонов и т.п.: «...увезли в больницу с диагнозом “отёк легких, сломанная шейка бедра, полная **блокада сердца**”» (Нина Щербак. Роман с филфаком // «Звезда», 2010) [Там же]. Кроме того, **блокада** — это метод лечения, который основан на временном нарушении нервных связей органов или тканей организма с центральной нервной системой: «Предвидя аргумент “**блокада** вагусной стимуляции”, сразу отвечаю, это достигается адекватной анальгезией» (коллективный форум: Акушерство без заки-

си (2011—2012) [Там же]. Метафорический перенос осуществлён на основе семы «задержка деятельности кого-л., чего-л.». Направление метафорического переноса: «Вид боевого действия => прекращение или расстройство функций какого-л. органа или системы организма; метод лечения».

Подводя итог, можно сделать вывод, что актуальный для различных типов дискурса процесс метафоризации военной лексики достаточно активно проявляется и в медицинском дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Словарь русских политических метафор / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов — М.: Институт русского языка АН СССР, 1994. — 265 с.
2. Воронцова Т. А. Употребление военной лексики в «семейном» дискурсе / Т. А. Воронцова // Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. Ч. I. — Воронеж: ВГПУ, 2005. — С. 239—244.
3. Елистратов А. А. Военная лексика в языке спорта / А. А. Елистратов // Русская речь. — М., 2005. — С. 64—69.
4. Рябцева Э. Г. Военная метафора как способ отражения картины мира в языке / Э. Г. Рябцева // Язык. Этнос. Сознание. Материалы международной научной конференции (24—25 апреля 2003 года). Т. 1. Майкоп: редакционно-издательский отдел АГУ, 2003. — С. 60—64.
5. Национальный корпус русского языка. — Режим доступа: <http://ruscorpora.ru> (дата обращения: 28.01.2018).
6. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2-х т. / Т. Ф. Ефремова. — М.: Русский язык, 2000. — Т. 1. А-О. — 1213 с.
7. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2-х т. / Т. Ф. Ефремова. — М.: Русский язык, 2000. — Т. 2. П-Я. — 1084 с.
8. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. — М.: Оникс 21 в.; Мир и образование, 2004. — 1200 с.
9. Гетьман И. Б. Большой медицинский энциклопедический словарь / И. Б. Гетьман. — М.: Эксмо, 2007. — 768 с.
10. Смирнова В. И. Большой словарь медицинских терминов / В. И. Смирнова. — М.: Центрполиграф, 2012. — 959 с.
11. Шевкуненко В. Н. Краткий курс оперативной хирургии с топографической анатомией / В. Н. Шевкуненко. — М.: Рипол Классик, 2013. — 574 с.

Воронежский государственный университет

Федотова Н. В., аспирант кафедры общего языкознания и стилистики

E-mail: Natali.VL-Fedotova@yandex.ru

Voronezh State University

Fedotova N. V., Postgraduate student of the General Linguistics and Stylistics Department

E-mail: Natali.VL-Fedotova@yandex.ru

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА «ЖЕНСКАЯ ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА» В ПРОЗЕ И. А. БУНИНА

Фам Май Фыонг

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 декабря 2017

Аннотация: в статье описываются структурно-семантические особенности лексико-семантической группы «женская верхняя одежда» в прозе И. А. Бунина.

Ключевые слова: лексико-семантическая группа, женская верхняя одежда, структурно-семантические особенности.

Abstract: the article describes the structural and semantic features of the lexico-semantic group “women’s outerwear” in the prose of I. A. Bunin.

Keywords: lexico-semantic group, women’s outerwear, structural-semantic features.

Наименования одежды являются пластом лексики, которые представляют научный интерес с точки зрения их структурно-семантических свойств, формирования и динамики развития, так как они постоянно претерпевают изменения, связанные с изменениями в обществе и моде. Описание данной лексики в виде лексико-семантической группы позволяет систематизировать её состав. Под лексико-семантической группой (ЛСГ) понимается «объединение двух, нескольких или многих слов по их лексическим значениям» [4, 230].

В рамках данной статьи нами рассматривается ЛСГ «женская верхняя одежда» в прозе И. А. Бунина как отражение лексики русского языка первой половины XX века. В художественном мире И. А. Бунина одежда несёт целый спектр художественной информации о герое, сюжете, раскрывает специфический мужской и женский миры, обладает эстетической функцией.

Исследование произведений И. А. Бунина позволило составить корпус наименований верхней женской одежды, включающий 59 лексических единиц. В их числе 58 единиц — отдельные слова, 1 единица — составное наименование.

В гиперо-гипонимической ЛСГ «женская верхняя одежда» выделяется в качестве гиперонима составная номинация «женская верхняя одежда». Он включает согипонимы — А) «собственно верхняя одежда»; Б) «платье» (одежда, надеваемая поверх белья).

Подгруппа согипонимов А) «собственно верхняя одежда» не содержит ядерного наименования. Она представлена следующими лексическими единицами: *безрукавка*, *бурнус*, *дипломат**, *жакетка*, *корсетка*, *кофта* (ЛСВ1 «короткое тёплое женское пальто»), *костюм* (ЛСВ1 «женское верхнее платье, состоящее

из жакета и юбки») [2, I, 1486], *костюм* (ЛСВ2 «маскарадная или театральная одежда») [2, I, 1486], *куртка*, *мантилья*, *мантия*, *манто*, *накидка*, *пальто*, *пальтецо*, *пальтишко*, *пелеринка*, *поддёвка*, *полушубок*, *порфира*, *ротонда*, *саван*, *салоп**, *салопчик**, *свитка*, *шуба*, *шубка* (мы условно обозначаем устаревшие лексемы в русском языке первой половины XX века — *; новые лексемы отмечаются знаком — °).

В подгруппе согипонимов Б) — «платье» выявлены ядерные наименования *платье* (ЛСВ1) — «всякая одежда, носимая поверх белья» [2, III, 289], *одежда* — «то же, не считая белья, обуви и головных уборов; платье» [2, II, 757]. Данная подгруппа включает следующие лексемы: *амазонка*, *баска*, *блузка*, *вязанка*, *занавеска*, *капот*, *кофта* (ЛСВ2 «верхняя часть женского костюма») [2, I, 1490], *кофточка*, *мордовский костюм*, *матине (матинэ)*, *панёва (понёва)*, *пеньюар*, *передник*, *передничек*, *пижама°*, *платье* (ЛСВ2 «женская одежда, верхняя часть которой, соответствующая кофте, и нижняя, соответствующая юбке, составляют одно целое») [2, III, 289], *платьице*, *платьишко*, *плахта*, *распашонка*, *рубаша*, *рубашка*, *рубашечка*, *рубашонка*, *сарафан*, *сорочка*, *туника*, *фартук*, *халат*, *халатик*, *юбка*, *юбочка*, *юбчонка*.

В результате проведённого анализа был выявлен состав ЛСГ «верхняя женская одежда», включающий 62 семемы на основе 59 лексем. Можно сделать вывод, что в произведениях И. А. Бунина большинство наименований (56 лексем), обозначавших женскую верхнюю одежду, были однозначными, остальные (3 лексемы) — многозначными.

По своему этимологическому составу ЛСГ «женская верхняя одежда» в русском языке первой половины XX века не является однородной и включает как заимствованные, так и исконно русские лексемы. Состав исконно русской лексики представлен 30 лексемами (51,7%): *баска*, *безрукавка*, *блузка*, *вя-*

занка, жакетка, занавеска, корсетка, кофточка, накидка, пальтецо, пальтишко, передник, передничек, платье, платьице, платьишко, поддёвка, полушубок, распашонка, рубаха, рубашка, рубашечка, рубашонка, салопчик*, свитка, сорочка, халатик, шубка, юбочка, юбочка. Группа заимствованной лексики включает 28 лексем (48,3%). Среди заимствований выявлены общеславянские лексемы *плахта* [3, III, 276], с XI в. — *панёва* (*понёва*) [3, III, 326]. Общеславянским заимствованием из германских языков в XIV в. является лексема *шуба* (*schûbe*) [3, IV, 482], из старославянского языка была заимствована лексема *одежда* [6, 304]. Заимствования древнерусской эпохи из греческого языка — *мантия* (*manton*) [8, с. 62], *порфира* (*porphyra*) [6, 356], *саван* (*sabanon*) [6, 39]. На рубеже XIV—XVII вв. в русский язык проникают тюркизмы: XIV в. — *сарафан* (*särapa(i)*) [3, III, 561]; XVII в. — *халат* (*χilat*) [5, II, 330]. В XVII — XVIII вв. среди заимствованных слов доминируют польские заимствования: XVII в. — *амазонка* (*amazonka*) [7, I, 88], *куртка* (*kurtka*) [7, VIII, 458]; XVIII в. — *кофта* (*kofa*) [7, II, 362], *фартук* (*fartuch*) [6, 471], *юбка* (*jupka*) [6, 521]. В XVIII в. из испанского языка пришла лексема *мантилья* (*mantilla*) [8, 62], из латинского языка — *туника* (*tunica*) [2, IV, 827]. В XVIII—XIX вв. в связи с развитием экономико-политических отношений с Францией характерно преобладание заимствований из французского языка: XVIII в. — *костюм* (*costume*) [7, VIII, 355], *манто* (*manteau*) [8, 62], *салон** (*salope*) [3, III, 550]; XIX в. — *дипломат** (*diplomate*) [7, I, 125], *капот* (*capote*) [7, II, 57], *пальто* (*paletot*) [6, 324], *пелеринка* (*pelerine*) [6, 332], *матине* (*матинэ*) (*matinee*) [3, II, 161], *пеньюар* (*peignoir*) [3, III, 85]. Из итальянского языка в XIX в. была заимствована лексема *ротонда* (*rotonde*) [6, 394], из арабского языка — *бурнус** (*burnus*) [7, II, 234]. В XX в. они обогащаются единичным англицизмом — *пижама*^о (*pyjamas*) [5, II, 31].

Большинство наименований одежды, образующих данную ЛСГ, по времени вхождения в русский язык относится к более ранним эпохам, поэтому к первой половине XX века они достаточно прочно освоились в языке. Среди них некоторые лексемы стали устаревшими в первой половине XX века: *бурнус** («род женского пальто (в XIX в.)») [2, I, 207], *дипломат** («длинное весеннее или осеннее пальто особого покроя») [2, I, 712], *салон**, *салопчик** («широкое дамское пальто») [2, IV, 26]. И. А. Бунин ввёл в язык своих произведений и относительно новое наименование женской верхней одежды: *пижама*^о («мужской и женский домашний или спальный костюм из фанели или лёгкой ткани, состоящий из панталон и куртки») [2, III, 255]. Это слово вошло в активный словарный запас русского языка. Таким образом, изменения в составе ЛСГ «женская верхняя одежда» в русском языке первой половины XX века с точки зрения пассивного и активного запаса характеризуются двумя противоположными процессами:

архаизацией, утратой лексем и появлением новых наименований, расширением круга слов, вовлекаемых в употребление.

На основе анализа отраженных в словарных дефинициях особенностей семантической структуры исследуемых наименований одежды (по данным БАС и ТСУ) можно выявить некоторые синонимические ряды. Они в основном являются абсолютными и семантическими синонимами: *одежда* — *платье* (ЛСВ1), *рубаха* — *рубашка* — *сорочка*, *блузка* — *кофта* (ЛСВ2), *туника* — *тюник* — *тюника*, *плахта* — *запaska*. Кроме того, выявлены стилистические синонимы: *жакетка* (разг.) — *жакет* и семантико-стилистические синонимы: *занавеска* (обл.) — *передник* — *фартук*.

Описание структуры ЛСГ «женская верхняя одежда» по коннотативным признакам даёт основание к иному её членению. Помимо ядра, объединяющего стилистически нейтральные наименования, существуют лексические единицы, имеющие ограничения в употреблении. Условно их можно объединить в две подгруппы. К первой подгруппе относятся стилистически маркированные лексические единицы (книж. — *порфира*; разг. — *безрукавка*, *жакетка*, *пальтецо*, *пальтишко*, *пелеринка*, *передничек*, *платьице*, *платьишко*, *рубашечка*, *рубашонка*, *салопчик**, *халатик*, *юбочка*; театр. — *туника*; простор. — *кофта* (ЛСВ1); уменьш.-ласк. — *пальтецо*, *передничек*, *платьице*, *рубашечка*, *салопчик**, *юбочка*; фам., уменьш.-уничижит. — *пальтишко*, *платьишко*, *юбочка*). Во вторую подгруппу включены устаревшие (*бурнус**, *дипломат**, *салон**, *салопчик**) и областные слова (*вязанка* «вязаная вещь» [2, I, 531], *занавеска* «женский передник» [1, IV, 706], *корсетка* «женская кофта без рукавов» [2, I, 1478], *панёва* (*понёва*) «род юбки» [2, III, 31], *плахта* «женская одежда вместо юбки» [2, III, 290]).

Таким образом, исследование наименований женской верхней одежды в языке И. А. Бунина позволяет описать состав, структуру, основные семантические процессы, характерные для данной ЛСГ в русском языке начала XX века, и показывает, что эти наименования одежды служат богатым источником реализации креативных возможностей творческой личности И. А. Бунина. Они реализуют в художественном тексте номинативную и художественную функции, образную и эмоционально-экспрессивную функции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Словарь современного русского литературного языка: В 17-ти тт. М.-Л., 1950—1965. — БАС
2. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова и др. — М.: Гос. изд. иностр. и нац. словарей, 1935—1940. — Т. 1—4 — ТСУ
3. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / М. Фасмер. — М.: Прогресс, 1964—1973.
4. Филин Ф. П. О лексико-семантических группах слов / Ф. П. Филин // Очерки по теории языкознания — М.: Наука, 1982. — С. 227—239.

5. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2-х т. / П. Я. Черных. — 3-е изд., стереотип. — М.: Русский язык, 1999. — Т. 2. — 559 с.

6. Шанский Н. М. Краткий этимологический словарь русского языка / Н. М. Шанский, В. В. Иванов, Т. В. Шанская. — 3-е изд. — М.: Просвещение, 1975. — 543 с.

7. Этимологический словарь русского языка / Под ред. Н. М. Шанского. Вып. 1—8. — М.: МГУ, 1963—1982.

8. Этимологический словарь русского языка / Под общей ред. А. Ф. Журавлева и Н. М. Шанский. Вып. 10. — М.: МГУ, 2007—400 с.

ИСТОЧНИК

9. Бунин И. А. Собрание сочинений: в 9-ти т. / И. А. Бунин. — М.: Художественная литература, 1965.

*Воронежский государственный университет
Фам Май Фыонг, аспирант кафедры славянской филологии
E-mail: phuongnhi8187@gmail.com*

*Voronezh State University
Pham Mai Phuong, Postgraduate Student of the Slavic Linguistics Department
E-mail: phuongnhi8187@gmail.com*

РУССКАЯ ТРАДИЦИОННАЯ ПРОЗА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА КАК ИСТОРИКО-ЛИТЕРАТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Н. С. Цветова

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация. статья посвящена традиционной прозе, наиболее значительному явлению русской литературы второй половины XX века. Феноменальность «традиционной» прозы рассматривается, прежде всего, в прямой соотнесенности с прозой «деревенской», появление которой было обусловлено не литературной доктриной, а естественной, глубинной ориентацией на национальную литературную традицию. С точки зрения автора статьи, «традиционалистская» (традиционалистическая) проза только с многочисленными натяжками, оговорками может быть соотнесена с литературными текстами, созданными писателями-«деревенщиками», ведущими «городскими» и «военными» прозаиками. Выявляются те характеристики «традиционной прозы», которые сегодня заставляют задуматься над действительным историко-литературным статусом этого явления. **Ключевые слова:** традиция, русский традиционализм, традиционная проза, традиционалистская литература.

Abstract. the article is devoted to the “traditional” prose, the most significant phenomenon of Russian literature in the second half of the XX century. Phenomenality of the “traditional” prose is considered in its correlation with the national literary tradition, whose influence on the literary situation. Beyond the discourse output theoretical and literary concept of “traditionalistic” prose. From the point of view of the author, the “traditionalist” (traditionalist) prose only with numerous stretch, reservations can be correlated with literary texts created by writers-“hillbillers”; leading “urban” and “military” prose writers. The characteristics of the “traditional” prose, which are now forced to change its historical and literary status are revealed.

Keywords: tradition, Russian Traditionalism, traditional prose, traditionalistic literary.

Рождение русской традиционной прозы во второй половине двадцатого века — событие во многих отношениях уникальное, потому и вызвавшее мощную научную рефлексию, в начале нового столетия зафиксированную в актуализации двух терминов «традиционная проза» и «традиционалистская проза» (Л. В. Соколова, Н. В. Ковтун и др.). Иногда исследователи используют эти терминологические словосочетания как синонимичные, хотя даже их смысловая структура противится такому положению вещей. Несущие основную смысловую нагрузку прилагательные абсолютными синонимами не являются. Определение «традиционная» образовано от существительного «традиция». Соответственно, «традиционная» литература — это литература, основанная на традиции, возникающая и осуществляющаяся под влиянием традиции, освещенная традицией (см. многочисленные современные толково-словообразовательные словари, в том числе наиболее популярные Т. Ф. Ефремовой, А. Н. Тихонова). Прилагательные «традиционалистский», «традиционалистический» соотносятся с существительным «традиционализм», т.е. традиционалистский — свойственный традиционализму, характерный для него. В данном случае

принципиально важно, что традиционализм предполагает теоретическое оформление определенных идеалов, не менее определенной системы ценностей, которые могут складываться стихийно или культивироваться целенаправленно (рефлексивный традиционализм, по Аверинцеву; идеологический, по Шилзу), но обязательно концептуализируются в научном дискурсе.

История традиционализма сложна и не имеет непосредственного отношения к предмету нашего исследования. Для нас при мотивации терминологических предпочтений важен только один момент. Если мы говорим «традиционалистская проза», мы должны отдавать себе отчет в том, что собрание текстов, подпадающих под это определение, должно было формироваться под влиянием рациональной, в той или иной степени отрефлексированной в гуманитарной мысли установки. В отношении к двадцатому веку, наверное, это должна быть установка на противостояние по отношению к принципам либерального гуманизма. Но бесспорно, «традиционалистская проза» должна иметь доктринальное происхождение либо подчинение.

Именно поэтому, с нашей точки зрения, к «традиционалистской» литературной парадигме второй половины XX века не может быть отнесена проза

«военная», «городская», художественная философия которых формировалась в живом, естественном, практически не отрефлексированном до сих пор взаимодействии с литературной традицией. Даже при описании прозы «деревенской» использование этого термина представляется нам весьма спорным. Достаточно посмотреть программную для этого литературного течения статью Ф. А. Абрамова «Люди колхозной деревни в послевоенной литературе» (1954) или вспомнить о распутинском понимании традиционализма, предложенном в ответном слове на церемонии вручения премии Солженицына: «Все крупное, глубокое, талантливое в литературе любого народа по своему нравственному выбору было неизбежно консервативным...», — говорил В. Распутин. В качестве аргумента писатель напомнил слова американского классика, романиста У. Фолкнера, советовавшего молодым литераторам «выкинуть из своей мастерской все, кроме старых идеалов человеческого сердца — любви и чести, жалости и гордости, сострадания и жертвенности, отсутствие которых выхолащивает и убивает литературу» [1, 9]. Ясно, что писатель говорит о художественной трансляции сердечных привязанностей, почти интуитивном усвоении консервативного пафоса мировой литературной классики, а не о доктринальных ограничениях литературного творчества.

По большому счету, в новейшей истории русской литературы развивалась, обогащалась классическая установка на актуализацию в литературном развитии принципа преемственности, ориентирующего «в конечном счете на новое как развитие и продолжение старого» [2, 386]. Во второй половине прошлого столетия ориентация на литературную традицию предполагала избирательно-творческое отношение к словесно-художественному опыту, не исключающее приумножение ценностей, составляющих достояние народа и общества. В одном из литературно-критических обзоров известного белорусского литератора (документалиста, прозаика, критика) А. Адамовича был яркий образ, иллюстрирующий непреложность закона преемственности для литературного процесса: «Интересно происходит в литературе: движение вперед через видимость как бы возвращения к прежнему. Это напоминает сильную накатывающуюся волну у морского берега: в ней два одновременных движения — несущее вперед и отбрасывающее назад, в море...

Но такое движение — вперед с одновременным возвращением назад, в “море” великой литературной традиции человечества, — есть, может быть, сама форма существования искусства, которое, чтобы не повторяться, не омертветь, должно все время искать, уходить вперед от самого себя, но и возвращаться с такой же неизбежностью к той пограничной черте, где искусство не то начинается, не то кончается. А “за черту” выносятся гниющий мусор ложных по-

пыток, ходов, заблуждений — все, что так и не стало искусством» [3, 215].

Понимание традиционности, выраженное в приведенной выше метафоре, вполне соответствует дефиниции термина «традиция», возникшей в гуманитарных науках в двадцатом веке: «Традиция образует определенное смысловое пространство, которое включает зоны как мало формализуемые, не отображаемые до конца на знаковом уровне, так и зоны, совсем не формализуемые. Обладая, с одной стороны, указанным набором артикулируемых сем и образов, традиция другой своей стороной (наиболее существенной) обращена к сложным комплексам народных представлений, которые существуют латентно и не всегда выступают на уровне сознания, являясь достоянием подсознательного и бессознательного» (определение Г. И. Мальцева).

Если учесть все эти обстоятельства, то придется признать, что легитимность термина «традиционная литература» по отношению к историко-литературной парадигме, объединяющей произведения, в которых содержательно воплощается основа, исторический опыт родной культуры, с достаточной очевидностью проявляется сбалансированность идеи, психологии персонажей, сюжета с топикой, поэтикой, стилистикой, как это было в прозе Пушкина и Лермонтова, Толстого и Достоевского.

Традиционность в формальной сфере, в сфере поэтики и стилистики заключается в сосредоточенности на содержательно обусловленном, оправданном развитии классической жанровой системы; в особенностях топики — хронотопа прежде всего, подчиненного реальному времени и пространству и реальному историческому человеку, раскрывающемуся в них; в сложнейшей и аксиологически выверенной мотивной структуре сюжетов; в наследовании принципов психологизма, позволивших создать образ «простого человека» во всей его сложности и противоречивости как истинное, действительное воплощение достоинств и недостатков национального характера; наконец, в обновлении литературного языка, усиливающим его изобразительно-выразительные возможности за счет возвращения классической чистоты и ясности, мифологической объемности и глубины слова.

С точки зрения содержания, традиционная литература унаследовала пушкинскую «капиллярную чувствительность» (выражение В. Распутина), позволяющую открывать новые, заповедные миры, воплотить бытийную идентичность, исторический опыт родной культуры, который, по Лихачеву, характеризуется тремя основными признаками:

- *соборность* как «проявление склонности к общественному и духовному началу»;
- *национальная терпимость* как «универсализм и прямая тяга к другим национальным культурам»;
- стремление народа к *свободе*, человека —

к воле, исторически выражающееся, в первую очередь, в уходах крестьян от власти государя в казачество, за Урал, в дремучие леса севера; в желании следовать вековым законам «хорошо организованного земледельческого быта крестьянства»; в сознательном сбережении главного условия общественной слитности — «простейшей и наиболее сильной ячейки семьи» [4, 16]. Кроме того, художественная концепция бытия, предлагаемая традиционалистами, фиксирующая цели и условия гармоничного существования человека, учитывает и содержание, специфику ответов на общечеловеческие первовопросы: как и ради чего жить? в чем заключается сокровенный смысл человеческого существования? насколько безысходна судьба человека? Ответы на эти вопросы напрямую зависят от эсхатологических воззрений нации и эпохи, на которых в той или иной степени базируются все отрасли духовного производства, литература в том числе, традиционная литература в первую очередь.

Повторяем, с нашей точки зрения, в послевоенный период включенность без концептуальной ограниченности в данную литературную парадигму на разном жизненном материале, в разной художественной форме, с разными смысловыми доминантами демонстрировали три основных тематических направления: «военная», «деревенская» и «городская» проза. Историко-литературное, историко-культурное значение каждого из этих направлений переоценить очень трудно. И все же известный прозаик, публицист, главный редактор журнала «Новый мир» на протяжении почти всего самого трудного для русской культуры последнего десятилетия С. П. Залыгин, размышляя над литературными итогами двадцатого столетия, центральным литературным событием эпохи назвал «деревенскую прозу». Основанием для столь высокой оценки патриарх определил именно традиционность этого литературного течения, благодаря которому «русские классики могут спать теперь если уж не спокойно, так, во всяком случае, спокойнее: в стране не отвергли их завещания, их духа — они были продолжены» [5, 60]. Г. Шленская, много лет дружившая с В. Астафьевым, старавшаяся записывать наиболее значительные беседы с ним, утверждает, что для лидера «деревенщиков» следование традиции прежде всего предполагало высочайшую ответственность художника перед великой русской классикой: «В литературе русской не должно быть никакого баловства, никакой самодеятельности, нет у нас на это права. За нашей спиной стоит такая блистательная литература, возвышаются такие титаны, что каждый из нас, прежде чем отнять у них читателя хоть бы на день или час, обязан крепко подумать над тем, какие у него есть на это основания» [6, 336].

В сегодняшней литературной ситуации такого рода утверждения уже не подлежат отрицательно

оценочной интерпретации. Но звучали эти признания в те времена, когда литературное пространство, как тогда казалось, навечно было отвоевано постмодернистами. И для того, чтобы числиться «деревенщиком» или традиционалистом, нужно было, если хотите, определенное мужество. Даже базовую, предельно условную номинацию и даже почитатели «деревенской» литературы считали компрометирующей, снижающей. Авторитетных критиков и литературоведов не устраивала главным образом «принижающая», «убивающая интерес к явлению» семантика [7, 13].

Сегодня «деревенская проза» медленно восстанавливается в своих правах. Уникальность «деревенской прозы» связывается со сложным совмещением актуальности, даже злободневности проблематики с предельно материализованной включенностью в классическую традицию, заданной отнюдь не событийной стороной сюжетов, но особым ощущением жизни, забытыми под давлением цивилизационных процессов представлениями о времени и пространстве, о человеке, его жизни и смерти. Ясно, что под какими бы терминологическими «шапками» не объединяли «деревенщиков» (например, Е. Вертлиб относит их к «онтологическим» (Вертлиб 1992), А. Архангельский — к «метафизическим» (Архангельский 1992), А. Большакова — к «символическим» реалистам (Большакова 2002, 2004), Л. Соколова — к традиционалистам (Соколова 2005), Н. Ковтун — к утопистам (Ковтун 2005)), все они обладают теми качествами, соответствуют тем требованиям, которые параллельно с теоретическими, литературоведческими изысканиями одним из первых реализовал в собственной художественной практике Ф. А. Абрамов. Все они в самом полном и абсолютном соответствии с классической традицией писали и пишут для своего народа, чтобы помочь ему «понять свои силы и слабости». Наиболее важной задачей искусства признавали и признают просвещение. Высшей его целью — «правду и человечность, так сказать, увеличение добра на Земле. И красоты» [8, 475].

Трудно поверить, что каталогизированные в начале 1980-х Ф. Абрамовым претензии критиков и читателей к этому литературному направлению обсуждались серьезно: «просмотрели научно-техническую революцию», «целину прохлопали», «вместо современности — заскорузлая патриархальщина», «язык засоряют диалектизмами и всяким иным словесным мусором» [9, 437]. Самыми значительными обвинениями отчетливо социологизированной советской критики 1960—1980-х годов были обвинения, направленные против центральных персонажей нашумевших произведений В. Лихоносова, В. Солоухина, В. Белова, В. Распутина, В. Шукшина, В. Астафьева. Этими персонажами были обычные сельские жители, часто старики и старухи, в поведении, мировоззрении, мироощущении которых, с точки зрения

пристрастных читателей, воплощался ошибочный, нежизненный, давно устаревший, несвоевременный идеал. Так, например, Ф. Левин с искренним, почти наивным недоумением вопрошал: как можно «почитать» этих «малограмотных» стариков за «высший эталон морали и мудрости»? как можно обращаться за советом к деревенской бабушке в атомный век [10, 5]. В газете «Русский север» была опубликована статья В. Есипова, завершавшаяся возмущенным возгласом: «Наши писатели, как известно, очень гордятся своим крестьянским происхождением, близостью к народу. Когда это отражается в творчестве, в полноценном словесном искусстве — честь им и хвала. Но можно ли подходить к общечеловеческим моральным проблемам с мерками, прямо скажем, *мужическими*? (выделено нами.— Н. Ц.)» [11, 226].

Теперь же все чаще пишут о том, что созданные деревенщиками «праведники», «чудики» эпохальны. Их появление — сокрушительнейший удар не только по экономической системе или по «теории бесконфликтности». Но только в 1989 году внимательный и беспристрастный в отношении к этому литературному материалу свидетель, известный петербургский прозаик Валерий Попов, представляя ретроспективу общественно-литературного развития в послевоенную эпоху, пожалуй, первым написал о появлении «деревенщиков» на литературной сцене как событии особого рода и связал его исключительность и значимость с возникновением принципиально нового героя, обладавшего исключительными возможностями и характеристиками: «<...> на поверхность литературы вышли самые у нас бесправные люди — в книгах Шукшина и Белова, — молчавшие десятилетия, поэтому их голоса звучали весомее» [12, 2]. Совсем недавно было опубликовано горячее признание Ф. Абрамова: «Я не стою коленопреклонённым перед народом, перед так называемым “простым народом” <...> Кадение народу, непрерывное славословие в его адрес — важнейшее зло. Оно усыпляет народ, разлагает его» [13, 67].

Сражаться за своего героя создателям «деревенской прозы» приходилось на два фронта: с литературно-критическим официозом и с тогдашними либералами. Либералы отказывали во внимании мужику по двум причинам. Первая из них проявлена в дневниковой записи Ф. Абрамова, зафиксировавшей взволновавшее темпераментного литератора высказывание товарища, однокашника, впоследствии известнейшего ленинградского-петербургского культуролога: «В основе всего у Микки — эгоизм, чудовищный эгоизм <...> Мерзавец, даже возмущался, что у нас слишком много пишут о деревне, о мужике. “Не так-то уж они плохо живут, как расписывают разные сочувствователи”» [14, 7]. Вторая со всей очевидностью проявилась во время дискуссии о влиянии века науки и техники на человека, которую осенью 1959 года провела «Комсомольская правда».

Понятно, что противостояние такого рода было значительнее серьезнее, чем публичные выступления против наскучивших к тому времени почти всем своим унылыми нотациями ортодоксов соцреализма.

Правда, в 1972 году увидит свет знаменитое ироничное посвящение Ю. Даниэля организаторам «бескровных боев» «Либералам», «сибаритам», «кипевшим, как боржом»:

И мы, шипя, ползли под лавки,
Плюясь, гнусавили псалмы,
Дерьмо на розовой подкладке —
Герои, либералы, мы!

И вновь тоскуем по России
Пастеризованной тоской,
О, либералы — паразиты
На гноище беды людской.
[15, 701].

Десятки лет потребовались для того, чтобы отраженные в стихотворении Ю. Даниэля смыслы оказались востребованными общественным сознанием, чтобы голос «вагнеровско-ницшеанско-ибсеновской эпохи» (определение С. Аверинцева), предложившей человечеству рационалистические ценности, романтику дорог и поэзию «всемирного» чувства, перестал звучать как единственно возвышающий человека и человечество, чтобы принципиальная новизна выведенного «деревенщиками» на авансцену русской прозы героя, сложного, неоднозначного, противоречивого, но сохраняющего национальные духовно-нравственные, этические и эстетические представления человека-труженика, была осознана в полной мере.

В 1980-е годы самыми яркими разоблачителями «деревенщиков» стали бывшие лидеры «молодежной прозы». В опубликованном эпистолярном диалоге А. Борщаговского и В. Курбатова приведены воспоминания о том, как В. Аксенов пытался объявить «деревенщиков» «опорой режима» в литературе. Правда, хорошо знающий ситуацию и честный А. Борщаговский замечает, что намерение это объясняется двумя обстоятельствами. Первое из них — «Аксенову в высшей степени безразличен сам народ, а особенно деревенский, он еще мог когда-то увлечься экзотикой, какой-нибудь эксцентричной фигурой бородатого сторожа, но проникнуться драмой сто-миллионной деревни не мог никогда <...>. И тут еще другое — “им почти все позволено”, “их печатают”, “к ним милостива цензура и комитет по госпремиям”, — значит, они нужны начальству, они — любимые дети, а он, Аксенов, гений, но в пасынках» [16, 227].

Сейчас уже позади хула новых «неистовых ревнителей» (определение С. И. Шешукова), бушевавших в начале столетия. Современное литературоведение вспомнило, как легко, естественно и свободно «де-

ревенская проза» перешагнула в 1970-е проблемно-тематические границы, в результате у В. Астафьева появилась великая повесть «Пастух и пастушка», у В. Распутина — сложнейший по транслируемым философским смыслам текст «Живи и помни». Теперь понятно, что по характеру обращенности к вечной, общечеловеческой проблематике с «деревенщиками» могли соперничать только создатели новой прозы о Великой Отечественной войне. Понятно, что вершинные явления, презентующие этот историко-литературный феномен, вполне соотносимы с высокой классикой, и не только отечественной. В 1996 году на конференции в австралийском городе Канберра известный канадский филолог, накануне впервые прочитавший повесть В. Г. Распутина «Живи и помни», с восторгом сравнивал его с А. Камю.

И пусть до сих пор литературоведение при анализе феноменальности «деревенской прозы» часто ограничивается терминологическим обновлением описательных аналитических методик. Но в одном из гламурных журналов, например, во время недавнего празднования девяностолетнего юбилея Ф. А. Абрамова появилась статья В. Новодворской, в которой есть такой фрагмент: «Один маленький придел нашего Храма оформлен под часовенку. Скромную беленую белоснежную часовенку с милой черной головкой. В духе Покрова на Нерли, суздальских и новгородских храмов. XII век. Ни украшений, ни позолоты. Смирение, молитвенно сложенные руки, склоненная русая голова. Истовая, не показная вера, усердие в тяжком труде, более чем скромное воздаяние за труды, совесть. Тихие свечки на скудной северной траве... Это писатели-деревенщики, это их негромкий и неяркий до горечи мир. От праведника Федора Абрамова до полудиссидента Владимира Тендрякова, от юродивого и блаженного Василия Шукшина до яростного Виктора Астафьева.

Писатели-деревенщики — это вовсе не сельская пастораль. И они лаптем щи не хлебали, все были честными народниками, стихийными земскими подвижниками» [17, 79]. В этой развернутой, возможно, излишне сентиментальной метафоре, естественно, есть неточности. Но ее можно рассматривать как проявление перемен в общественном сознании, меняющегося отношения к одному из сложнейших фактов в истории советской литературы.

Наступило время, когда неповторимость «деревенской прозы» должна мотивироваться уникальностью художественной философии, созданной картины мира, выражающейся в его неподчиненности символам и образам филологической науки, агрессивно претендующей примерно с середины двадцатого века на некую универсальность. Так, «деревенщики» абсолютно бесспорно отменяют «чесоточно» (выражение С. Небольсина) искомый в любом более

или менее значительном литературном явлении образ карнавала, раскрепостительной силе которого они явно предпочитают праздничность и объединительную силу хоровода. Эта мысль впервые прозвучала в статье С. Небольсина, посвященной учению М. М. Бахтина о слове, культуре и искусстве [18, 13]. Именно эта идея подспудно присутствовала в давней статье Г. Цветова о «цирковых» мотивах в поздних произведениях В. Распутина и рассказах В. Шукшина. Художественным аргументом в пользу литературоведческих наблюдений С. Небольсина и литературно-критических наблюдений Г. Цветова можно считать строчки А. Ахматовой из «Поэмы без героя» об иссушавшем душу Серебряного века «вое» *«адской арлекинады»*.

Видимо, историки литературы и специалисты по стилистике художественного текста должны будут осмыслить специфику текстовой репрезентации категории авторства, которая обусловлена тем, что именно «деревенская проза» стала единственной реализацией полноценного права русского крестьянина на высокое литературное самовыражение. Причем первое образованное поколение крестьянских детей использовало его отнюдь не для настойчивого напоминания о себе, даже не для собственной социальной реабилитации. Смехотворны утверждения об их закомплексованности. Ко времени возникновения «деревенской прозы» было забыто даже давнее презрительное отношение Л. Троцкого к «мужиковствующим» писателям. В резюмирующем по семантике знаменитом вопросе «Что с нами происходит?», сформулированном В. М. Шукшиным, в шукшинском «мы», «с нами» проявление принципиально новой позиций писателя по отношению к своему читателю, по отношению к адресату. Здесь есть отдаленное напоминание о древнем культурном зрелище, в котором не разделялись «производители» и «потребители» действия, ибо они сопереживали происходящее вместе. К такому сопереживанию внутренне, генетически, по присутствию родовой памяти были готовы авторы «деревенской прозы»; возможно, именно поэтому они получили от читателя огромный кредит доверия и право на самую жесткую и жестокую, самую горькую правду о России.

Правда, академическая теория литературы вплоть до начала нового столетия все-таки ограничивалась формально-тематическим подходом к одному из наиболее значительных историко-литературных явлений XX века, игнорируя всю сложность процесса перехода жизненного материала в художественное произведение, ограничивается и главой «Крестьянский реализм» в новой четырехтомной теории литературы, подготовленной ИМЛИ РАН [19, 418—420]. Возможно, этот раздел можно воспринимать как своеобразное подведение черты под определенным этапом литературно-критического, литературно-исследовательского процесса, на котором

новаторство «деревенской прозы» резюмирующе опять же сводится к созданию нового героя, неповторимость, исключительность, особость которого ограничивается социальными характеристиками («люмпен-крестьянин»)?

Изменения в эволюции общественного сознания, обозначившиеся в последние годы, позволяют надеяться на актуализацию читательского и исследовательского интереса к тем явлениям нашей литературной жизни, которые свидетельствуют о неистребимости национальной традиции, о непрерывности истории и национального бытия, дают материал для постижения сложнейшей семантической и ассоциативной структуры констант русской и российской культуры, следовательно, провоцируют интерес к «деревенской прозе», феноменальность и особая ценность которой определяется в первую очередь, институциональной верностью идее преемственности, отнюдь не рациональным стремлением к репрезентации в художественных текстах философии традиционализма или какими-то иными отрефлексированными программными установками. Прошедших десятилетий не хватило, чтобы в полной мере осмыслить неоднородность, глубину и сложность, многосоставность, эволюционность литературного явления, обозначенного многострадальным термином «деревенская проза», его укорененность в историко-литературном процессе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Распутин В. Г. В поисках берега / В. Г. Распутин // Литературная газета — 2000—17—23 мая — С. 9.
2. Давыдов Ю. Н. Культура — природа — традиция / Давыдов Ю. Н. // Традиция в истории культуры — М.: Наука — 1978. — С. 384—391.
3. Адамович А. Открытое в жизни, в себе самом открытое / А. Адамович // Новый мир — 1973 — № 8 — С. 212—219.
4. Лихачев Д. С. Три основы европейской культуры и русский исторический опыт / Д. С. Лихачев // Наше наследие — 1991 — № 6 — С. 14—18.
5. Залыгин С. Из записок прошлого года / С. Залыгин // Литературная газета. — 1990—3 января — С. 6.
6. Шленская Г. Любимый месяц — май / Г. Шленская // И открой в себе память... Воспоминания о В. П. Астафьеве — Красноярск: ИПК СФУ — 2008. — С. 335—350.
7. Ланщиков А. Штрихи к портрету шестидесятых / А. Ланщиков // Антология русского советского рассказа (60-е годы) — М.: Современник — 1989. — С. 4—13.
8. Абрамов Ф. Кое-что о писательском труде / Абрамов Ф. // Беседу вел Л. Антопольский / Монологи и диалоги: В 2-х т. — Т. 1. — М.: Известия — 1988. — С. 458—475.
9. Абрамов Ф. Сотворение нового русского поля. Интервью для журнала «Наш современник» / Ф. Абрамов // Чем живем-кормимся. — Л.: Советский писатель, 1986. — С. 425—444.
10. Левин Ф. Обоснована ли тревога? / Ф. Левин. — Литературная газета — 1968—17 января — С. 5.
11. Есипов В. Провинциальные споры в конце XX века / В. Есипов. — Вологда: Грифон, 1999. — 240 с.
12. Попов В. Какими нам быть завтра? Свобода во все времена / В. Попов // Литературная газета. — 1989. — 8 ноября. — С. 2.
13. Абрамов Ф. О хлебе насущном и духовном. Выступление на VI съезде писателей СССР / Ф. Абрамов // Чем живем-кормимся. — Л.: Советский писатель, 1986. — С. 39—45.
14. Коняев Н. Житие Федора Абрамова / Н. Коняев // Двина. — 2010. — № 1 — С. 5—17.
15. Даниэль Ю. Либералам / Ю. Даниэль // Строфы века. Антология русской поэзии / Науч. ред. Е. Витковский. — Минск-М. — 1995. — С. 701.
16. Борщаговский А. Уходящие острова. Эпистолярные беседы в контексте времени и судьбы / А. Борщаговский, В. Курбатов. — Иркутск: Издатель Сапронов, 2005. — 567 с.
17. Новодворская В. Семейный портрет в интерьере // В. Новодворская // Медведь. — 2010. — № 3. — С. 76—80.
18. Небольсин С. Карнавал или хоровод? / С. Небольсин // Литературная газета. — 2004. — 4—10 августа. — № 31. — С. 13.
19. Теория литературы. Т. VI. Литературный процесс. — М.: ИМЛИ РАН, 2001. — 614 с.

*Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Санкт-Петербургского государственного университета
Цветова Н. С., доктор филологических наук, профессор
кафедры медиалингвистики
E-mail: cvetova@mail.ru*

*Higher School of Journalism and Mass Communications of
St. Petersburg State University
Tsvetova N. S., Doctor of Philology, Professor of the
Medialinguistics Department
E-mail: cvetova@mail.ru*

ФОЛЬКЛОР И ЛИТЕРАТУРА: К ВОПРОСУ О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА К. Д. ВОРОБЬЕВА)

Ю. И. Шумакова

Курский государственный университет

Поступила в редакцию 23 апреля 2018 г.

Аннотация: задача данной статьи состоит в том, чтобы исследовать результаты взаимодействия фольклора и литературы на уровне жанров в творчестве курского писателя К. Д. Воробьева. Частое вкрапление в произведения фольклорных текстов песни и частушки указывает на их важность в рамках художественной системы писателя, а также на авторскую интерпретацию элементов народной художественной культуры.

Ключевые слова: фольклор, литература, К. Д. Воробьев, писатель, фольклорные жанры, частушка, песня.

Abstract: the aim of this article is to analyse the results of interrelation of folklore and literature at the genres level in the work of Kursk writer K. D. Vorobyov. Frequent interspersing with texts of folklore songs and rhymes points at their importance to the extent of writer's artistic system, and author's interpretation of folk fiction.

Keywords: folklore, literature, K. D. Vorobyov, writer, folk genres, folk rhyme, song.

В последние три десятилетия заметно возрос интерес исследователей к творческому наследию писателя К. Д. Воробьева (1919—1975). Отечественные литературоведы рассмотрели в своих работах и вопросы периодизации творчества, и своеобразие художественного мира, и основные темы произведений. Однако вопрос о взаимодействии фольклора с художественной системой К. Д. Воробьева мало изучен.

Горелов А. А. в статье «К истолкованию понятия "фольклоризм литературы"» отмечает разность между двумя типами писателей, в творчестве которых ученые исследуют функционирование фольклорной традиции. Главной чертой, отличающей первый тип, является великолепное знание писателем фольклора, поскольку он «зачастую окружен им как элементом бытовой среды» [5, 36]. Второй тип характеризуется тем, что писатель взаимодействует с народным творчеством непродолжительное время, в течение которого он создает художественное произведение с фольклорными элементами. Интереснее и многограннее творчество писателей первого типа, поскольку оно насыщено фольклорными элементами, которые писатель зачастую вводит в свои произведения бессознательно.

Согласно предложенной классификации А. А. Горелова, творчество К. Д. Воробьева, можно отнести к первому типу писателей, опираясь на биографические сведения из его жизни, письма, воспоминания современников, монографию жены. Убеждены, что именно в детстве писатель был погружен в систему русской крестьянской культуры, на основе которой

его сознание сблизилось с народным. Детские воспоминания К. Д. Воробьева связаны с жизнью в деревне Нижний Реутец Курской губернии. Писатель, так и не вернувшись домой после Великой отечественной войны, жил воспоминаниями о своей малой родине и часто рассказывал родным о различных традициях и обрядах, которые существовали в его деревне. «Радость и чувство восхищения вызывали воспоминания о той деревне, которая еще жила естественными своими бедами и заботами, традициями, обычаями и церковными обрядами в доколхозное время. Он зрительно и достоверно помнил и какими были куличи, <...> и озорные частушки — их «кричали» (так говорили в деревне), сидя на завалинках, девки, посадив к себе на колени парней, и все то, что потом вошло в его повести, но навсегда исчезло из деревни» [4, 371].

Можно сказать, что в своих произведениях К. Д. Воробьев выступал в качестве этнографа, воссоздающего картины народного повседневного быта русской деревни 20-х-30-х годов XX века. Так, в повести «Друг мой Момич» мы встречаем описание древних обрядов: конокрадство, лечение испуга, похороны и т.д.. В произведениях о деревне — «Сказание о моем ровеснике» (1960), «Почем в Ракитном радости» (1964) — К. Д. Воробьев активно использует жанр песни, воспроизводя не только аутентичные тексты, но и особенности их исполнения. «На деревенских улицах в его произведениях часто звучат песни и частушки, да и сам автор в грустные минуты не раз певал русские народные песни... Они для него были крохотной частью родной стороны, где прошли трудные, но самые счастливые дни его жизни» [6, 125].

В повести «Друг мой Момич» исполняется (именно исполняется, поскольку песня расписана писателем по ролям) грустная лирическая песня о распрекрасном деревце смородине. Обратимся к тексту. «Они сидели бок о бок, и голову Момича криво опоясывал величиной с решето лохматый венок из ромашек вперемешку с колосьями ячменя, — тетка, наверное, сплела, не сам же Момич! Они сидели прямо, строго и молча, будто только что поругались, и неожиданно тетка сказала:

– Мось, давай скричим песню!

Момич искоса взглянул на нее, но ответил сипло и мягко:

– Ну-к что ж!

Тетка умостила ногу на ногу, подперла ладонью щеку и завела никогда не слыханное мной:

– Ах ты, ягодка-а, смородинка-а...

– ...распрекрасное мое деревцо-о! — широким, приглушенным голосом встрянул сразу Момич. Я присел за кустами, и спина у меня похолодела отчего-то.

– Ты когда взошла, когда выросла, ты когда цвела, когда вызрела? — томительно-протяжно пела-спрашивала тетка, а Момич низко и раздумчиво гудел:

– Я весной взошла, летом выросла, я зорей цвела, солнцем вызрела...

И снова ласково-печально спросила тетка:

– Ах ты, ягодка, самородинка, распрекрасное мое деревцо!

– Ты почто рано позаломана, во пучечики переязана, по дикой степи разбросана?!» [1, 354].

Чтобы представить текст песни в традиционном виде, уберем авторские ремарки:

Ах ты, ягодка, смородинка,
Распрекрасное мое деревцо!
Ты когда взошла, когда выросла?
Ты когда цвела, когда вызрела?
Я весной цвела, летом выросла,
Я зорей цвела, солнцем вызрела.
Ах ты, ягодка, самородика,
Распрекрасное мое деревцо!
Ты почто рано позаломана,
Во пученьки перевязана,
По дикой степи разбросана...

Интересно, что в фольклоре мы встречаем два варианта данной лирической песни. Первый — это песня-загадка диалогического вида:

Ты рябинушка, ты кудрявая,
Ты когда взошла, когда выросла,
Ты когда цвела, когда вызрела?
Я весной взошла, летом выросла,
Я зарей цвела, в полдень вызрела...
(М. Чулков, стр. 209, № 171.) [11, 109].

Второй вариант — историческая песня XVIII века: «Уж ты, ягодка, ты смородинка,
Ты когда взошла, когда выросла?»
Я весной взошла, летом выросла,
Зеленехунька позаломана,

По три прутика в пучки вязана,
По дороженьке поразбросана,
У крыльца, у дворца государева [8, 160].

Если в первом варианте песни обращение направлено к деревцу рябине, то в исторической песне, равно как и в тексте, представленном в повести К. Д. Воробьева, речь идет о ягоде смородине. Вероятно, в тексте песни, которая воссоздана писателем в повести «Сказание о моем ровеснике», изначально переплелись два фольклорных образа — смородины и рябины, поскольку сначала обращение в песне адресовано «ягодке смородинке», а затем в песне происходит непонятное уточнение — «распрекрасное мое деревце».

Образ смородины в народной лирике всегда связан с женским началом. Черный цвет ягоды соединяется с народным представлением о печали, несчастьи, горе, «с переживанием девушки, выдаваемой в чужую семью, со страданиями замужней женщины» [11, 63]. Необходимо помнить о том, что в фольклорном творчестве важно состояние растения (цветения, увядания, сломятия), именно оно выражало различные настроения, передавало психологические состояния. Повторимся, что в повести К. Д. Воробьева мы встречаем песню, в которой центральным лирическим образом является сломятое деревце смородины. Мотив заламывания деревца связан в русской культуре со свадебной символикой, выходом замуж. «Так, например, по народным свадебным песням конь жениха щиплет в зеленом саду «цветы лазоревы» и «ломает «калину со малиною» (П. Шейн, № 1837). Или — в одной из свадебных песен вышедшую замуж девушку спрашивают:

С кем ягодки рвала,
Калину ломала?
(П. Шейн, № 2121)» [11, 61].

В контексте художественного текста К. Д. Воробьева лирическая песня, исполняемая главными героями, помогает воссоздать их прошлое. Очевидно, что судьба тетки Егорихи, которую рано, не по ее согласию выдали замуж за нелюбимого человека, глубоко трагична. Предположим, что в лирическом образе заломленного деревца отражаются и страдания героини: сломятые, клонящиеся к земле деревья в фольклорной поэтике всегда имели значение печали и грусти. Весьма интересно, что песня, которую исполняют герои, выражает не только женскую печаль и тоску, а еще и мужскую. Текст, воссозданный в повести, представляет собой диалог (вопрос — ответ) человека и деревца смородинки, однако партию деревца исполняет не женщина, а мужчина.

Герои К. Д. Воробьева исполняют песню душевно, по-русски, словно упиваясь своими муками с полным сосредоточением всех духовных своих сил. «Томительно-протяжно», «ласково-печально» пела-спрашивала тетка, «низко и раздумчиво» подпевал Момич «широким притушенным голосом». Несомненно,

мненно, именно поэтому Санька, который слышал, как поют два самых близких ему человека, испытывает ощущение холодка на спине, и затем, сомлевший, выходит к ним. «Что собирался пропеть-ответить Момич — не услышалось: сомлевший от благодарной радости ко всему, с чем мне довелось встретиться в этот беспредельный день, я вышел из-за кустов, подошел к тетке и Момичу и сел у них в ногах...» [1, 354].

Данная деталь помогает нам сделать предположение, что Момич и Егориха с юности любят друг друга, но трагические обстоятельства не позволили им создать семью. Лирическая песня, «исполненная» героями, не только украшает повествование, но помогает глубже понять истоки взаимоотношений героев, проявиться значимой и сильной чертой их характеров — способности любить.

Итак, фольклорный текст песни, представленный в повести К. Д. Воробьева, реализует реалистически сферу чувств, переживаний героев. Важно также, что в песне слова дополняются комментариями автора к ее исполнению и контекстуальным настроением.

В повестях К. Д. Воробьева мы встречаем и введение в прозаический текст шуточной песни. Ястребов Матвей Егорович («Сказание о моем ровеснике»), возвращаясь домой после сдачи хлеба продотряду, настойчиво потребовал от своего сына, Алексея, «вжарить камаринскую» и, как замечает автор, «моллодо хватил ногами по разошедшимся доскам телеги под собственный сказ:

Кочерга раскудахталися,
Помело разрумянилось,
Сухорукий-рукий клеть обокрал,
А безногий-ногий вслед ему погнал.
Поросеночек яичко снес.
На высокую полочку взнес.
У-ха! У-ха! У-ха-ха!

Съели куры, куры-дуры, петуха...» [2, 36].

Уже сама просьба Матвея Егоровича «вжарить» камаринскую указывает на то, что песня, которую исполняет герой, плясовая. Исследователи русского фольклора утверждают, что «короткие сатирические песни создавались еще скоморохами» [7, 361]. А часть скоморошьего репертуара была воспринята нескладухами — частушками, построенными на комическом абсурде. Куплеты, которые исполняет Ястребов, сродни фольклорным частушкам-небылицам. Например:

Пошла квашня
В яровое поле:
Не одна она пошла,
А с мутовкой двое! [12, 478].
Или:
Телеграфный столб женился,
У попа телегу взял.
Я на это рассердился,
Взял зарезал самовар [12, 479].

Содержанием куплетов, которые в повести К. Д. Воробьева исполняет Ястребов, на первый взгляд, является смешная нелепица (кочерга раскудахталися, поросеночек яичко снес и т.д.). Шутка как в песне, так и в частушках является определенной насмешкой, издевательством над происходящим (например, в тексте К. Д. Воробьева, поросенок, куры, петух, кочерга, помело). Однако «перевертыши» в прозаическом тексте далеко не безобидны. Каламбур в песне, которую исполняет на собственный лад Ястребов, является насмешкой над событиями, происходящими в родной Шелковке (приезд продотряда, приказ сдавать хлеб, лошадей). Предположим, что шутка о том, что «сухорукий-рукий плоть обокрал, а безногий-ногий вслед ему погнал», связана с реальной жизнью героя. Насмешка в том, что продотряд именно грабит деревенских мужиков, а председатель сельсовета, Тишка Суровец, позволяет совершать это преступление [2, 30].

Обратимся к повести.

— Сдаю, говорю, четыре пуда гречихи,— повторил Суровец.

— Это где ты взял ее? Кажись, не сеял... — слышались чем-то обрадованные голоса.

— Дали... Они вот,— твердо признался Игнат и всем корпусом обернулся к Верховланцеву. Тот выпрямился и посмотрел не Игната с каким-то удивленным вниманием. А Игнат ни с того ни сего окреп в голосе. Не заглядывая в список, он наизусть называл фамилии сельчан и назначенное им к сдаче количество хлеба...

Как только Игнат умолк, Верховланцев услышал то, чего все время ждал и что было неминуемо — кто-то в толпе из мужиков негромко, но явственно сказал:

— Ну, вот и хорошо... Попервам пускай и нам дадут, как Суровцу, а потом уже и мы...

— Хлеб сдать полностью-у! — протяжно и четко скомандовал внезапно Верховланцев и нарочито заметным движением руки тронул крохотную кобуру браунинга. И сейчас же, впервые за всю жизнь, Суровца кто-то назвал по имени и отчеству:

— Игнат Васильевич, а когда сдавать-то? И куда? [2, 35]. Выразительный жест, который совершил Верховланцев (дотронулся до пистолета), весьма «говорящий»: намекает на добровольно-принудительный порядок происходящего.

Итак, шуточный текст песни, которую исполняет герой Ястребов в произведении К. Д. Воробьева, является не просто смешным и нелепым, а несет важную смысловую нагрузку, посредством каламбура воспроизводя действительность.

Данное утверждение верно и для следующего отрывка.

«Вжарить комаря» просит своего внука и дядя Мирон из повести «Почем в Ракитном радости». «Дядя Мирон стоял на середине хаты, выжидая и шевеля носками сапог, и как только гармошка сыпанула «ка-

маринского», он пригнулся, выбил ладонями на голенищах чечетку и, раскинув руки будто для обнима всех, четко и в лад коленам плясовой не пропел, а проскакал, глядя на одного меня:

Ай да дедушка лысенький,

Запасал муку-высевки!

А за что его высекали?

За муку да за высевки!

Присказка была с «бородой», я знал ее с детства, но дядя Мирон подмигивал мне плутовски, намекающе-откровенно и весело. Наверное, он увидел, что я все понял и принял так, как ему хотелось — «не дурить», и, подплыв в плясе к тетке, тоненько проголосил ей почти в ухо:

Не по-старому закон повела!

Полну хату женихов навела!

У тетки оттаяли глаза, и она засмеялась со всеми вместе» [3, 453].

В данном эпизоде лирический герой замечает, что сама песня была с «бородой», т.е. с дополнительным смыслом, поэтому дядя Мирон исполняет ее «плутовски, намекающе-откровенно». Интересно, что в данном четверостишии с горьким юмором отражена незавидная жизнь и судьба дяди Мирона Останкова и его племянника, Кузьмы Останкова.

Юный герой написал когда-то в газету заметку о ворованном дядей мешке жмыхов. Для дяди Мирона это событие стало судьбоносным, за ним последовали статья и лагерь. Кузьма Останков, возвращаясь в свое родное село спустя 25 лет после случившегося, несет в своем сердце огромный груз вины. Радость от встречи с дядей Мироном, долгожданный разговор не дают герою полного душевного спокойствия, и тогда дядя Мирон во время застолья исполняет куплет «с бородой», обращая когда-то существовавшую проблему в шутку. Таким образом, происходит завершение истории о воровстве; и для дяди, и для племянника наступает новая страница в истории их родственных отношений, искренняя и чистая.

Нетрудно заметить, что в плясовых песнях проявляются такие качества русского народа, как жизнелюбие, юмор, бодрость, задор. Все перечисленные черты присущи и жанру частушки, который также использует К. Д. Воробьев в контексте художественного произведения. Подчеркнем, что песенный край, удивительно звучащий в воробьевском творчестве, роднит его с талантливым земляком, музыкантом Г. В. Свиридовым. В повести «Друг мой Момич» писатель пытается даже словесно передать гармошечные звуки, или, по-воробьевски, «хрип гармошки»:

«Тури-рури, тури-рури,

Люли-лили, пиль-пиль!» [3, 293].

Умение «услышать», прочувствовать звуки, выделить их из действительности и художественно выразить словом — это черта, отличающая все произведения Воробьева. Поэтому гармошка в повести «ноет», а частушки «кричатся» не в лад с музыкой.

Озорную частушку и песни вспоминает Кузьма Останков («Почем в Ракитном радости»), когда возвращается после долгой разлуки в родное село. Как не может представить себе герой село без солнечного света, без деревенских ароматов трав, так не может представить и без песен и озорных частушек, которые «кричались». «Мне не помнится, чтобы там стояли зимы: я унес оттуда никогда не потухающее солнце, речку, тугой перегуд шмелей в цветущей акации, запах повилики и мяты в чужих садах и огородах. И еще я унес песни. В Ракитном они не пелись, а «кричались». Их кричали гуртом на свадьбах и в хороводах, кричали в одиночку на дворах и в поле. Они были трех сортов — величальные, протяжные и страдательные. Эти выводились парнями и девками под гармошку как караул, но в моей памяти они улеглись навеки рядом со стихами Пушкина и Есенина.

Среди них осталась и частушка о козе и старике. Ею дразнили меня ровесники, и больше всех Милочка-лесовичка. Увидит на выгоне километра за полтора и затянет изнурительно тоненьким речитативом:

Ах, дед Кузьма!

Не дери козла!

Дери козочку!

Белоножечку!

Привяжи к кусту...

Дальше шло такое, что уши вяли, но Милочка не выбрасывала слов из песни, а мне тогда исполнилось четырнадцать, и я уже любил эту Милочку, и мое имя было Кузьма» [3, 415].

Частушка, всегда задорная и с юмором, очень часто в повседневной народной жизни использовалась и как дразнилка. В тексте повести мы встречаем именно частушку-дразнилку. Герой навсегда запомнил эту обидную частушку, в которой объектом шутки выступало его имя — Кузьма. Обижал мальчика и тот факт, что исполняла ее девочка Милочка, которая была ему симпатична.

Обращаясь к частушке, К. Д. Воробьев «находит в ней большой запас образов, ярких речевых деталей, живых интонаций, элементов звуковой выразительности» [10, 23].

Примечательно, во всех проанализированных художественных примерах писатель настолько удачно и гармонично вводит фольклорные элементы, что литературный текст от этого только выигрывает, становится более образным, содержательным. Писатель воссоздает народные жанры песни, частушки с целью эстетического обогащения текстов народным колоритом, а также использование народной изобразительности помогает более ярко провести главные тематические линии в произведениях. Таким образом, мы наблюдаем плодотворное взаимодействие фольклорного начала и художественного в контексте творчества К. Д. Воробьева.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьев К. Д. Друг мой Момич. Собр. соч. В 3 т. — Т. 1. — М., 1993. — С. 291—413.
2. Воробьев К. Д. Сказание о моем ровеснике. Собр. соч. В 3 т. — Т. 1. — М.: Современник, 1993. — С. 10—95.
3. Воробьев К. Д. Почем в Ракитном радости. Собр. соч. В 3 т. — Т. 1. — М., 1993. — С. 413—478.
4. Воробьева В. В. Розовый конь: Воспоминания о писателе К. Д. Воробьеве // Воробьев К. Д. Собрание сочинений. В 3 т. — Т. 3. — М., 1993. — С. 362—494.
5. Горелов А. А. К истолкованию понятия «фольклоризм» литературы / А. А. Горелов // Русский фольклор. Вопросы теории фольклора. Вып. XIX. — Л., 1979. С. 31—48.
6. Зимин В. Я. К. Д. Воробьев. Жизнь на тему... / В. Я. Зимин // Курские тетради: Курск и куряне глазами ученых: Тетрадь четвертая. Курск, 2002. — С. 123—133.
7. Зуева Т. В. Русский фольклор: Учебник для вузов / Т. В. Зуева, Б. П. Кирдан. — М., 1998. — 400 с.
8. Исторические песни XVIII в. — Л., 1971. — С. 160.
9. Лазутин С. Г. Русская частушка. Вопросы происхождения и формирования жанра / С. Г. Лазутин. — Воронеж, 1960. — С. 59.
10. Путилов Б. Н. О некоторых проблемах фольклоризма советской литературы / Б. Н. Путилов // Вопросы советской литературы. Т. 4. — Фольклор в русской советской литературе. — М.; Л., 1956. — С. 5—32.
11. Сидельников В. М. Поэтика русской народной лирики / В. М. Сидельников. — М., 1959.
12. Частушки / Составитель Л. А. Астафьева. — М., 1987.

Курский государственный университет
Шумакова Ю. И., канд. филол. наук, доцент кафедры
культурологии
E-mail: sima1@pochta.ru

Kursk State University
Sumakova Y. I., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Culturology Department
E-mail: sima1@pochta.r

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ М. Э. РАСУЛЗАДЕ В ГОДЫ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКИ (1918—1920 ГГ.)

Агаева Нигяр Икрам кызы

Бакинский государственный университет

Поступила в редакцию 8 декабря 2017 г.

Аннотация: в статье автор анализирует деятельность главного идеолога и активного участника строительства национальной государственности М. Э. Расулзаде в период Азербайджанской Демократической Республики. М. Э. Расулзаде был одним из активных публицистов этого периода, и его наследие вызывает огромный интерес.

Ключевые слова: газета, печать, деятельность, самосознание, независимость.

Abstract: in the article the author is analyzing the activities of the chief ideologist and active participant of nationhood formation M. E. Rasulzade for the duration of Azerbaijan Democratic Republic. M. E. Rasulzade was one of the active political writers of that period and his heritage is raising a huge interest.

Keywords: newspaper, news, activite, independence, consciousness.

1918—1920 годы азербайджанская журналистика прожила в очень жесткой идеологической борьбе. В этот период недовольство имперской политикой, борьба за национальное освобождение, за государственное строительство стали основными темами для публицистов, многие из которых были также видными политическими деятелями. Постоянными авторами были М. Расулзаде, Х. Ибрагим, У. Гаджибеков, Дж. Гаджибейли, Ш. Рустамбейли, А. Гусейнзаде, А. Агаоглы, М. Шахтахтинский, Г. Везиров, Ф. Кочарли, С. Ганизаде, М. Сидги, М. Махмудбеков и др. Печать того времени следовала завету Мирзы Джалила: «Священный долг пера донести до народа слово правды...» [1].

Когда вожди азербайджанских тюрок и народные избранники национального совета при исключительных неблагоприятных условиях провозгласили акт государственной независимости родного народа, они с глубокой тревогой думали о будущем, ведь страна была охвачена анархией. Но принятием исторического акта 28 мая 1918 года они доказали, что готовы участвовать в общем ходе исторического движения малых народов. Мамед Эмин Расулзаде заявил: «Если мы, азербайджанцы, всем своим существом будем защищать и охранять свою судьбу, свою независимость, проявим стойкость и твердость в этом вопросе, то, несомненно, и Азербайджанская Республика станет прочной. Нужно доказать, что мы достойны независимого существования» [2, 35].

В это время полосы печатных изданий отдавались под очерки из истории, литературы и политики Азербайджана, истории возникновения республики и происхождения слова «Азербайджан». Для широкой

публики проводились лекции об Азербайджанской Республике, устраивались специальные «Азербайджанские вечера», на которых ответственным распорядителем выступал сам Мамед Эмин Расулзаде [3, 122].

М. Э. Расулзаде был одним из активных публицистов в годы АДР. Он являлся не только главным идеологом строительства национальной государственности, но и активным участником этого процесса. Более того, создание государственных структур и проведение в жизнь кардинальных демократических реформ зачастую осуществлялось под его непосредственным руководством. Будучи убежденным сторонником национального государства, он все свои усилия направлял на создание добротных законов, способных стать прочной правовой основой для осуществления необходимых реформ в стране.

Осенью 1917 г. М. Э. Расулзаде избирается депутатом от Азербайджана и Туркестана в Российский парламент. 26 мая 1918 года из-за внутренних разногласий ликвидируется Закавказский сейм; на следующий день из представителей различных партий, включенных в мусульманскую фракцию, организуется национальный совет Азербайджана. Большинство голосов Расулзаде избирается председателем национального совета. 28 мая 1918 года все радиостанции и газеты страны объявили о независимости Азербайджана. Так азербайджанский народ первым не только среди тюркоязычного населения, но и среди всего исламского мира пришел к республиканскому режиму правления.

Одним из крупных достижений мусаватской фракции во главе с М. Э. Расулзаде в области демократических преобразований было обеспечение практически полной свободы слова в стране. Говоря о том, что «пресса

сама является политическим, экономическим объектом», он писал в 1919 году: «Когда социально-политическое и экономическое положение людей достигает высокого уровня, тогда и пресса имеет еще большее значение» [4, 71].

В течение всей своей политической карьеры Расулзаде ставил превыше всего национальные интересы, утверждая, что народ превращается в нацию лишь в тот момент, когда демонстрирует свою решимость создать государство и настаивает на этом, и азербайджанское общество продемонстрировало свою волю стать нацией, провозгласив независимость и приняв соответствующую декларацию.

Одной из первых задач было создание армии. «Народ и армия едины» — под такой рубрикой в газетах печатались статьи и стихи, поднимавшие моральный дух населения. В печати регулярно публиковались статьи с новостями, связанными с процессом создания армии, различными решениями и указами. Несмотря на финансовые трудности, правительство с целью подготовки национальных офицеров создало в Гяндже военное училище. В результате проведенных мер за короткое время началось создание своей армии численностью приблизительно 40 тысяч солдат. С целью укрепления военной дисциплины в армии был создан военно-полевой суд [5, 61].

Отстаивая идею самостоятельности, Расулзаде писал: «Мы видим, что национальные государства не только не дерутся друг с другом, но, наоборот, перед общей опасностью они сплотили свои силы, чтобы отразить совместно опасность, угрожающую свободе и правам,

и в этом случае вполне уместна персидская пословица “Если Бог захочет, то и враг может явиться причиной добра”» [6].

Одним из главных направлений деятельности М. Э. Расулзаде после падения АДР было переосмысление и переоценка всего опыта государственного строительства в Азербайджане в период независимости в 1918—1920 гг. Скрупулезно проанализировав все ошибки и недостатки, допущенные национальным правительством в тот период, М. Э. Расулзаде пришел к выводу, что лидеры национального движения слишком увлеклись тогда установлением демократических норм и процедур в стране. В своем стремлении поскорее построить демократическое общество они зачастую пренебрегали элементарными требованиями национальной безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Расулзаде М. Э. Азербайджанская Республика / М. Э. Расулзаде. — Баку, 1990.
2. Байрамоглу А. Душевные песни на зов кавказскому тюрку / А. Байрамоглу. — Баку, 2002.
3. Гулиев Дж. Борьба коммунистической партии за осуществление ленинской национальной политики в Азербайджане / Дж. Гулиев. — Баку, 1970.
4. Ягублу Н. Мамед Эмин Расулзаде / Н. Ягублу. — Гянджлик-Баку, 1991.
5. Энциклопедия Азербайджанской Демократической Республики. — Баку, 2004. — Т. 1.
6. Азербайджан. — 1919 г. — 3 июля. — № 137.

*Бакинский государственный университет
Агаева Нигяр Икрам кызы, научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Журналистика»
E-mail: zauraghayev77@gmail.com*

*Baku State University
Aghayeva Nigar Ikram, Scientific Employee of the Research Laboratory «Journalism»
E-mail: zauraghayev77@gmail.com*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

И. В. Астафуров

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 4 июня 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются изменения условий работы и способов дохода региональных СМИ, а также влияющие на это факторы (на примере опыта двух российских коммерческих региональных проектов и американских исследований по теме).

Ключевые слова: региональные СМИ, медиаплатформы, медиaproстранство, социальные сети, реклама, рентабельность.

Abstract: the article examines the changes in operating conditions and ways of income of the regional media, as well as the factors affecting them, based on the experience of two Russian commercial regional projects and American studies on the topic.

Keywords: local journalism, mediaplatforms, media space, social networking service, advertising, rate of return.

Эффективность современного издания оценивается в первую очередь через его рентабельность и доходность, так как речь идет о существовании в условиях рыночной экономики. Не секрет, что с точки зрения прибыли СМИ довольно сложный бизнес, а если говорить о региональных и государственных СМИ, то они зачастую и вовсе неэффективны. За последние годы в США вышел ряд исследований, изучающих состояние региональных СМИ и способы организации их эффективной работы. На наш взгляд, опыт работы региональной прессы в США в общем применим и к России (если у нас государство само владеет большинством региональных СМИ, то в США медиа — это в первую очередь бизнес, и региональные СМИ находятся на самоокупаемости).

Директор «Лаборатории Нимана» на базе Гарвардского университета, которая занимается инновационной деятельностью в области журналистики, Джошуа Бентон (Joshua Benton), рассматривая положение дел региональных изданий в 2015 г. [1], считал, что крупные медиаплатформы, такие как Google и Facebook, могут полностью их вытеснить. Согласно отчету американского сообщества издателей новостей за 2014 г., численность людей, занятых в СМИ США сократилась на 10% [1]. Это самое крупное сокращение со времен кризисного 2008 г., которое происходило в условиях стабильного роста экономики страны. А в 2015 г. акции крупных региональных медиахолдингов серьезно потеряли в стоимости: Lee — 48%, AN Belo — 52%, McClatchy — 63% [1]. Исследователь отмечает, что в предыдущие годы хорошие позиции региональных СМИ были связа-

ны с ограниченными возможностями распространения информации. Поиски локальной аудитории приводили рекламодателей в региональные СМИ. Цифровизация же стерла границы, и медиарынок завоевали крупные медиаплатформы. По мнению Бентона, изменения привели к тому, что рекламодателям вполне логично задаваться вопросом: если в Twitter и LinkedIn нет целевой аудитории, то откуда ей взяться у местных СМИ? Если раньше местные рекламодатели охотно платили региональным новостным сайтам, то теперь у Facebook есть возможность настроить рекламную кампанию, основанную на специальном отборе по территориальному расположению целевой аудитории, вплоть до того, что она будет демонстрироваться только тем людям, которые находятся неподалеку от магазина рекламодателя [2]. В 2015 г. смартфоны начали завоевывать ведущие позиции в информационном потреблении. А именно в этом сегменте Google и Facebook основные игроки. В 2017 г. 84% средств, потраченных на рекламу в Интернете во всем мире (за исключением Китая), получили Google и Facebook, а в 2016 г. этот показатель составил 77% [3]. В то же время сайты региональных СМИ, наоборот, плохо развиваются: адаптация под мобильные устройства происходит медленно: очень низкая скорость загрузки страниц со смартфонов, услуг таргетинговой рекламы либо нет, либо они находятся в зачаточном состоянии.

В 2015 г. помощник профессора в Школе медиа и связей с общественностью при Университете Джорджа Вашингтона Мэтью Хиндман (Matthew Hindman) также исследовал цифровые региональные СМИ [4], рассматривая техническую сторону их развития и способы монетизации. В исследовании отмечает-

ся, что в США вера в возрождение газет с помощью их цифровизации часто строится на мифах и недопонимании. Часто встречается мнение, что потенциальная аудитория онлайн-новостей довольно велика, но ее трудно заставить платить. Лидеры отрасли неоднократно заявляли, что общая сумма аудитории СМИ, включая цифровую, стала больше, чем когда-либо. Такие заявления подкрепляются данными об уникальных посетителях и общем охвате сайтов изданий. Но интернет-пользователи много времени тратят на Google, Facebook, совершают покупки, общаются и смотрят порнографию. Новостные сайты привлекают только 3% от общего трафика, и 85% этих пользователей заходят на сайты общенациональных изданий [4]. На долю локальных СМИ приходится всего 15%, которые делятся между множеством газет, телеканалов и радиостанций. В среднем один пользователь уделяет локальным СМИ 5 минут в месяц. Ценность региональных цифровых СМИ была в том, что они могли предоставить точечный доступ к локальной аудитории. Но в эпоху больших данных рекламная кампания на крупных платформах может быть на порядок эффективнее, чем пресловутый географический таргетинг, к тому же чем больше аудитория, тем выше точность данных исследований.

Однако региональные СМИ имеют большой потенциал для роста чисто с технической стороны. Они могут пользоваться уже проверенными моделями работы с интернет-трафиком, способами отслеживания показателей для измерения успеха и увеличения доходов. Местным СМИ ничто не мешает использовать наработки крупных медиаплатформ. С правильными метриками, надежной технической инфраструктурой и возможностью тестирования гипотез небольшие издания встают на путь последовательного роста. Исследование профессора журналистики из Орегонского университета Демиана Рэдклифа и доцента факультета медиа-исследований Университета Вирджинии Кристофера Али показало, что региональные СМИ более устойчивы к изменениям информационного потребления, так как из-за особенностей своей целевой аудитории они получают больше времени на подготовку и реакцию [5].

Важно понимать, что развитие цифровой версии и отказ от печатной не всегда ведет к увеличению дохода. Хиндман сообщает, что в американской практике исчезновение печатных версий часто приводило к исчезновению и цифровых доходов. Даже доходы The New York Times в 2015 г. на цифровом контенте составляли только одну пятую от общего дохода [4]. Такое соотношение сохранилось и в 2017 г. [6].

На примере двух региональных коммерческих изданий России видно, что они поняли обозначенные изменения и прорабатывают возможности повышения своей эффективности и доходов.

Группа компаний «Информ Полис» из Улан-Удэ владеет одноименной газетой и новостным интер-

нет-порталом. Еженедельная газета «Информ Полис» издается с 1992 г., тираж — 35 тысяч, новостной интернет-портал — 25 тысяч уникальных посетителей в сутки [7]. В 2016 г. ГК «Информ Полис» запустило маркетинговое агентство Yellow, которое специализируется на продвижении в Интернете. Агентство ориентировано на работу с крупными компаниями региона. Чтобы привлечь клиентов, компания предложила им фиксировать в договоре суммы возврата инвестиций, вложенных в рекламу, и в случае, если этого не происходит, заказчик освобождается от оплаты. Средний срок одного рекламного контракта агентства составляет 3 месяца, минимальный бюджет — 150 тысяч рублей [8]. Маркетинговое агентство было открыто на основании данных измерения аудитории социальных сетей в Бурятии. Замеры проводились с помощью системы мониторинга социальных медиа и СМИ Brand Analytics. Выяснилось, что активная аудитория социальных сетей в регионе равна или меньше аудитории новостного портала «Информ Полис». Был сделан вывод, что у ГК «Информ Полис» есть такой же доступ к данным о пользователях, как и у социальных сетей в масштабах Бурятии. Владея информацией о пользователях, можно довольно точно настраивать таргетинговую рекламную кампанию в социальных сетях. Уже давно существуют такие инструменты, как например, Пиксель Facebook — фрагмент кода JavaScript для веб-сайта, который позволяет оценивать, оптимизировать и собирать данные об аудитории. То есть при посещении пользователем сайта, где установлен Пиксель, владельцам становятся доступны основные данные его профиля в социальной сети. Например, при наличии контактных номеров телефонов депутатов региона можно настраивать рекламу, которая будет показываться только им. Данные об аудитории из социальных сетей позволяют точнее настроить и контекстную рекламу в поисковых системах.

Для работы с небольшими региональными компаниями был создан сервис RedPrise, предоставляющий возможность разместить информацию о товарах и услугах, о скидках и акциях. Размещение стоит 12 тысяч рублей за 3 месяца [8]. Сам сервис продвигается по той же модели, которая используется в Yellow: таргетинг, контекстная реклама и т.п. Кроме того, клиенты получают доступ в CRM-систему — программное обеспечение для управления отношениями с покупателями. При этом сама CRM-система принадлежит ГК «Информ Полис», и для нее это ещё одна база данных о пользователях. Сервису RedPrise с командой в 10 человек удалось добиться следующих результатов: 45 тысяч пользователей, 4 тысячи лидов, 874 тысячи рублей дохода в месяц вместе с абонентской платой и продажей предложений размещения со скидкой 50% в газете и на новостном интернет-портале [8].

ГК «Информ Полис» планирует продолжать работу в выбранном направлении и сейчас разрабатывает сервис под названием «Винга» — единая бонусная система, единая карта лояльности для всех компаний города. Винкоин — виртуальная валюта бонусной системы, предполагается обмен на деньги и 100% расхода за покупку. С помощью вовлечения компаний в бонусную систему ГК «Информ Полис», так же как и сервис RedPrise, решает задачу цифровизации малого бизнеса, который не охватывают крупные медиаплатформы. По словам Чингиса Дагаева, директора ГК «Информ Полис», актуальная информация о малых предприятиях есть разве что в федеральном сервисе 2ГИС, однако она ограничивается только временем работы и контактами [8].

Один из последних проектов группы — «Digital-корпорация Бурятия» — создание небольшого регионального консорциума для кооперации нескольких студий разработчиков интернет-продуктов. По мнению инициаторов проекта, консорциум позволит расширить список оказываемых услуг, что сможет полностью закрыть технические и маркетинговые потребности региональных заказчиков, а агентства смогут работать с крупными заказами, получив новый канал привлечения клиентов.

Таким образом, ГК «Информ Полис» с помощью газеты и новостного портала привлекает аудиторию и получает дополнительные доходы за счёт маркетинговых услуг. Такая работа строится на основании технологий и инструментов самих социальных сетей. Что касается непосредственной работы с новостным порталом, то здесь также используется опыт работы крупных медиаплатформ. Например, для «народных новостей» есть специальный раздел «Блоги», где читатели самостоятельно верстают и оформляют материал с помощью специального инструмента, сделанного наподобие распространённых конструкторов сайтов, а дизайн портала основан на принципе отображения контента по аналогии с социальными сетями. Сайт адаптирован для мобильной версии, показатели скорости загрузки страниц соответствуют современным требованиям.

Другой интересный региональный проект из Тулы — сайт MYSLO, который принадлежит компании «Слобода». В активах компании находится ещё еженедельная газета «Слобода»: издаётся с 1994 г., 56 полос, тираж 54 тысячи экземпляров [9]. За 12 лет тираж снизился почти в два раза (2006 г. — 105 000 экземпляров). Однако активную работу по направлению монетизации интернет-портала, существовавшего с 2006 г., началась только в 2013 г. Была полностью изменена концепция портала: он превратился в региональную социальную сеть. По словам директора интернет-проектов Сергея Коваленко, сайт перерабатывался на основе заимствования технологий работы сразу нескольких социальных сетей [10]. В результате компания добилась пока-

зателей: 62 тысячи уникальных посетителей в сутки и доход в 1 млн. 900 тысяч рублей на рекламе и ещё почти 600 тысяч рублей на продаже билетов на различные мероприятия, что полностью окупает деятельность сайта и приносит прибыль [10]. Также в 2016—2017 гг. впервые не было падения тиража газеты.

Работа по принципу социальной сети заключается в ограничении просмотра контента на сайте без регистрации и акценте на комментировании материалов читателями. Прочитать комментарии без регистрации нельзя. Отбор материалов происходит с акцентом на потенциал их дискуссионности. Периодически публикуются подборки комментариев. Наряду с рассказами об авторах редакции размещаются материалы о новых комментариях недели. Пользователи имеют публичный персональный рейтинг в зависимости от количества комментариев и получают разного рода призы при достижении определенных целей. С 2018 г. компания запустила открытый интерфейс для внедрения наработанной системы комментирования на других сайтах. Как видим, издательство также строило свою работу, основываясь на деятельности социальных сетей, и сумело достичь успеха.

Таким образом, успешная работа региональных изданий возможна, если использовать преимущества изменений информационного потребления и осознавать возможные риски, основываясь на опыте работы крупных медиаплатформ. Есть все основания предполагать, что региональные государственные СМИ также должны придерживаться такого подхода в своей деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Benton J. As giant platforms rise, local news is getting crushed / J. Benton. — URL: <http://www.niemanlab.org/2015/09/as-giant-platforms-rise-local-news-is-getting-crushed/> (дата обращения: 01.05.2018).
2. Реклама с целью «Охват». — URL: <https://www.facebook.com/business/learn/facebook-create-ad-reach-ads> (дата обращения: 01.05.2018).
3. Михайлова В. Цифры: Доля Google и Facebook на рынке интернет-рекламы в 2017 году / В. Михайлова. — URL: <https://vc.ru/30061-cifry-dolya-google-i-facebook-na-rynke-internet-reklamy-v-2017-godu> (дата обращения: 01.05.2018).
4. Hindman M. Stickier News / M. Hindman. — URL: <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2015/04/Stickier-News-Matthew-Hindman.pdf> (дата обращения: 01.05.2018).
5. Christopher A., Radcliffe D. Small-market newspapers in the digital age / A. Christopher, D. Radcliffe. — URL: https://www.cjr.org/tow_center_reports/local-small-market-newspapers-study.php/ (дата обращения: 01.05.2018).
6. The New York Times Company Reports 2017 Fourth Quarter and Full-Year Results. — URL: <http://investors.nytc.com>

com/press/press-releases/press-release-details/2018/The-New-York-Times-Company-Reports-2017-Fourth-Quarter-and-Full-Year-Results/default.aspx (дата обращения: 01.05.2018).

7. Информ Полис. — URL: <http://project.infpol.ru/page91508.html> (дата обращения: 01.05.2018).

8. Дагаев Ч. Новые подходы к монетизации региональных медиа / Ч. Дагаев. — URL: https://youtu.be/oeMa_NCg0U (дата обращения: 01.05.2018).

9. Медиакит газеты «Слобода». — URL: <https://cdnmyslo.ru/Contents/73/33/daeb-c3d6-4c7f-a6bc-75bec80c0207/50сесcf4f-8d84-40be-8edc-97a508df181d.pdf> (дата обращения: 01.05.2018).

10. Коваленко С. Как построить сообщество постоянных лояльных пользователей у себя на сайте / С. Коваленко. — URL: <https://youtu.be/-0DUlPYZucQ> (дата обращения: 01.05.2018).

*Воронежский государственный университет
Астафуров И. В., аспирант кафедры рекламы и дизайна
E-mail: vanyaastafurov@gmail.com*

*Voronezh State University
Astafurov V. I., Postgraduate Student of Advertising and
Design Department
E-mail: vanyaastafurov@gmail.com*

ЧЕТВЕРТАЯ МЕДИАРЕВОЛЮЦИЯ: ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД

А. Е. Богоявленский

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 3 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье с позиций постнеклассической траектории научной рациональности и синергетической методологии предлагается обоснование процесса перехода от междисциплинарного к трансдисциплинарному подходу теории цифровых медиа и на основании этой идеи прогнозируется миссия четвертой медиареволюции.

Ключевые слова: теория медиа, медиареволюция, глобализация, К-волны, синергетика, междисциплинарный подход, трансдисциплинарный подход.

Abstract: in article from positions of the trajectory of post-nonclassical scientific rationality and synergistic methodology, justification of the possibility of the transition from interdisciplinary to transdisciplinary approach to the theory of digital media, and on the basis of this idea is projected mission of the fourth media revolution.

Keywords: media theory, media revolution, globalization, K-wave, synergy, interdisciplinary approach, transdisciplinary approach.

Материалы недавних наиболее представительных российских научных медиафорумов (МГУ: «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы» и СПбГУ: «Медиа в современном мире. 57-е Петербургские чтения») не только дополнили и расширили взгляды на векторы, формирующие предметное (дисциплинарное) и междисциплинарное поле медиаисследований, но и дали повод предположить, что вслед за междисциплинарным подходом наиболее актуальный срез современной теории медиа может быть выявлен на трансдисциплинарном уровне, трактуемом в синергетике как «процессы сборки, самоорганизации и функционирования больших междисциплинарных проектов, междисциплинарных языков коммуникации, природа возникновения междисциплинарных инвариантов, квазиуниверсалий, коллективный разум, сетевое мышление» [1]. Данная формулировка дает возможность установить корреляцию глобальных процессов коммуникации с большими технологическими циклами, представленными, в частности, в экономической теории как волны Кондратьева (К-волны), в контексте предлагаемого автором синергетического подхода к исследованию медиа как диссипативной системы. Этот подход выявляет три фазы роста, совпадающие с точками бифуркации, определившими этапы трех медиареволюций, соответственно:

1. Первая фаза роста определена точкой бифуркации XV в. — первой (печатной) медиареволюцией.

2. Вторая фаза роста определена точкой бифуркации конца XIX в. — второй (предлагаем использовать название — аналоговой) медиареволюцией;

3. Третья фаза роста определена точкой бифуркации конца XX в. — третьей (цифровой) медиареволюцией.

Представим эти данные в сводной общей схеме, сопоставляя границы фаз циклов Н. Кондратьева с указанием на соответствующую парадигму развития теоретического знания (по академику В. Степину), этапами медиареволюций и технологиями, определяющими состояние коммуникационной глобализации в рассматриваемый период.

Сделаем предварительное замечание, что отправная точка циклов Н. Кондратьева может быть предопределена началом эпохи Великих географических открытий, положившей начало самой идее глобализации. Так, академик РАЕН Ю. Яковец замечает: «...набрав темпы в XV в., <К-волны> достигли зрелости с укреплением океанской торговли» [2]. Понимая вышесказанное с позиций теории медиа, предположим, что указанная точка К-циклов также может быть соотнесена с печатной революцией XV в. и произошедшим в то же время преломлением траектории классической научной парадигмы. Таким образом, выявляется, что порядковый номер К-циклов носит относительный характер, который обусловлен главным направлением работы Н. Кондратьева, установившего начальные границы своего исследования историческим периодом промышленной революции и становления капитализма. Отсюда первая фаза определенных самим Н. Кондратьевым волн включает: 1-й цикл — с 1803 г. до 1841—1843 гг. (зрелый этап пространственных (Г. Иннис) печатных медиа, предопределивших начало медиаглобализации) и 2-й цикл — с 1844—1851 гг. до 1890—1896 гг. (подготовительный этап аналоговой революции — телеграфная коммуникационная

глобализация). Вторая фаза К-волн предопределена точкой бифуркации конца XIX в. — аналоговой революцией и становлением неклассической научной парадигмы. Эту фазу составляют 3-й цикл — с 1891—1896 гг. до 1945—1947 гг. (период радио-глобализации) и 4-й цикл — с 1945—1947 гг. до 1981—1983 гг. — период ТВ-глобализации. Третья фаза К-волн определена точкой бифуркации конца XX в. — цифровой революцией и становлением постнеклассической научной парадигмы. Таким образом, 5-й цикл — с 1981—1983 гг. до 2018 г. — может быть описан как состоявшееся развитие глобальной сети Интернет: Web 1.0; Web 2.0; Web 3.0. Определяя начавшийся шестой цикл К-волн приблизительно с 2018 г. до ~ 2060 г. (что по времени укладывается в модернизационный и второй инновационный период кибернетической революции, по А. и Л. Грининым) и сопоставляя прогнозы известных российских и зарубежных ученых, А. Коротаев и С. Цирель резюмируют, что, возможно, состояние К-циклов будет находиться в зависимости от NBIC-конвергенции (конвергенции нано-, био-, информационных и когнитивных технологий). Этой же версии, в частности, придерживаются З. Линч, Дж. Дейтор, А. Акаев и др., в то время как А. и Л. Гринины предлагают к использованию другую формулу — МБНРИК (медико-бионано-робото-инфо-когнитивные технологии), что также посредством заявленных в ее основе принципах самоорганизации и функционирования больших междисциплинарных (включающих информационные) проектов свидетельствует в пользу предполагаемого трансдисциплинарного подхода к теории медиа. При этом, по мнению исследователей Технологического университета Дортмунда, «умные» производства (киберфизические системы, описанные значительно более лаконичным параметром (*.pdf), снабженные технологией компьютерного зрения, будут самостоятельно коммуницировать, координируя свою работу без участия извне. Таким образом, наше трансдисциплинарное исследование пяти существующих циклов К-волн выявило, что динамика технологических процессов может быть предопределена как парадигмальными сдвигами в развитии теоретической науки в целом, так и принципиальными изменениями в области медиа (триада состоявшимися медиареволюциями), что непосредственно сказалось на коммуникационной глобализации. Не менее важным итогом впервые установленной корреляции К-волн и фаз развития медиа становится то, что эти результаты могут быть близко соотнесены с выводами почетного профессора Университета Вашингтона Дж. Модельски (автора термина «хронополитика») и его коллег, определивших, что фазы открытых ими долгосрочных политических циклов (приблизительно по 110 лет — т.е. равно как и в нашем исследовании) укладываются в два цикла К-волн [3].

При этом в процессе представления фаз развития медиа нами фиксируются принципиально новые качественные сдвиги в области медиатехнологий, которые (как полагаем, исходя из логики идеи технологического детерминизма Торонтской школы (Г. Иннис, М. Маклюэн и др.) могут послужить объяснением причины смены политических технологий и содержания упомянутых политических циклов. Развернутый детальный анализ позволяет установить и более общую зависимость, связанную со сменой глобального геополитического рельефа. Дальнейшее обоснование авторской периодизации медиареволюций (а соответственно, обоснование нашего видения грядущих фаз К-волн и процессов медиаглобализации) мы можем предположить исходя из предлагаемого трансдисциплинарного подхода к теории медиа, сделанного прогноза относительно NBIC-конвергенции, реализации идеи AI, синергетической методологии и постмодернистской эстетики, что делает его вполне релевантным постнеклассической парадигме развития теоретического знания. Кратко проследим цепочку основных идей, подведших нас к представленной ниже версии очередной медиареволюции и ее возможных последствий. В своей концептуальной работе «Порядок из хаоса» И. Пригожин и И. Стенгерс указывали, что пафос рождающегося на наших глазах мировидения — это призыв к «новому диалогу человека с природой» [4]. Развивая эту мысль, автор теории Третьей волны Э. Тоффлер не исключал, что «работы Пригожина и его коллег в рамках так называемой Брюссельской школы знаменуют очередной этап научной революции, поскольку речь идет о начале нового диалога не только с природой, но и с обществом» [4, 32]. Представленная идея И. Пригожина и И. Стенгерс также может быть проиллюстрирована формулой известного российского ученого — В. Буданова, обратившегося к синергетическим аспектам постнеоклассической научной парадигмы: (Субъект < — > Средства < — > Объект). В фокусе данной формулы «одновременно все участники опыта: субъект, средства, объект. Это дает возможность начать диалог с природой, замкнуть информационную, герменевтическую петлю через сознание субъекта в реальном времени» [5]. Дополнительно скажем, что классик постмодернизма Ж.-Ф. Лиотар, по-своему трактуя исторический момент цифровой революции, фиксировал: «Вся область НТО (наука-техника-общество) сформировалась за последние лет десять на основе следующего открытия: субъект имманентен объекту, который он изучает и преобразует. И наоборот: объекты обладают языками, и знать первые — это уметь переводить последние. Значит, вещам имманентна разумность. <...> Человек, может статься, всего-навсего крайне изощренный узелок в общем взаимодействии составляющих вселенную излу-

чений» [6, 74]. Развитие этой идеи в направлении теории медиа находим у автора термина «Web 2.0» Т. О'Рейли, который предложил посредством метаязыка наладить диалог Интернета с физическим миром (то есть возвестил о начале нового диалога не только с природой и обществом, но и с компьютерным сознанием), определив Web 3.0 как Semantic Web (семантическую паутину), что придает его мысли особое антропологическое измерение. Отсюда предположим, что перспективным направлением теории медиа, сосредоточенным на изучении возможности установления, содержания и последствий этого диалога, может стать такая трансдисциплинарная научная область, которую мы предлагаем обозначить как медиакиберантропология [7].

Таким образом, следует прийти к выводу, что миссия полагаемой автором в рамках развития шестого цикла К-волн четвертой (назовем ее — нейронной) медиареволюции (способной в контексте декларируемого трансдисциплинарного подхода предстать четвертой технологической революцией), наделяющей Semantic Web, сотканную из миллиардов нейронов — единиц информации, способностью самостоятельно мыслить и вести от имени природы, надеемся, конструктивный диалог с цивилизацией на понятном человечеству языке, может состоять в том, чтобы «замкнуть информационную, герменевтическую петлю» как с природой через сознание субъекта, так и с виртуальной средой, реализуя идею компьютерного сознания.

Воронежский государственный университет

Богоявленский А. Е., доцент кафедры связей с общественностью

E-mail: vasheblagorodie@gmail.com

ЛИТЕРАТУРА

1. Буданов В. Методология синергетики в постнеклассической науке: принципы и перспективы / В. Буданов. — URL: <http://spkurdyumov.ru/what/metodologiya-sinergetiki-v-postneklassicheskoy-nauke-budanov/> (дата обращения: 03.04.2017).
2. Яковец Ю. В. Циклы. Кризисы. Прогнозы / Ю. В. Яковец. — Москва, 1999.
3. Модельски Дж. Волны Кондратьева, развитие мировой экономики и международная политика / Дж. Модельски, Т. Томпсон // Вопросы экономики. — 1992. — № 10. — С. 54—55.
4. Пригожин И. Порядок из хаоса: новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс. — Москва, 1986.
5. Буданов В. Г. Постнеклассические основы управления будущим / В. Буданов // Научный результат. Серия «Социология и управление». — 2014. — Выпуск № 1.
6. Лиотар Ж.-Ф. Постмодерн в изложении для детей. Письма: 1982—1985 / Ж.-Ф. Лиотар. — URL: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1043137/Liotar_-_Postmodern_v_izlozhenii_dlya_detey.html4 (дата обращения: 03.04.2017).
7. Богоявленский А. Е. Медиакиберантропология: от Homo Mediatas — к Internet Sapiens / А. Е. Богоявленский // Материалы Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы». — Москва, 2018. — С. 549—550.

Voronezh State University

Bogoyavlensky A. E., Associate Professor of the Public Relations Department

E-mail: vasheblagorodie@gmail.com

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ИЗУЧЕНИЯ ПЕЧАТИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СОВЕТСКОГО ПЕРИОДА

Г. Гулиева

Бакинский государственный университет

Поступила в редакцию 4 декабря 2017 г.

Аннотация: статья посвящена интересному, хотя и противоречивому этапу развития азербайджанской печати.

Ключевые слова: советский период, исследование, печать, идеология, творчество, классики.

Abstract: the article is devoted to interesting, albeit controversial stage of development of Azerbaijani press.

Keywords: soviet period, research, press, ideology, creativity, classics.

Обращаясь к советскому периоду азербайджанской печати, в первую очередь отметим тот факт, что именно тогда получило развитие газетно-журнальное дело, появилась масса новых СМИ, возникли разновидности журналистики, которая совершенствовалась как с точки зрения языка и стиля, так и с точки зрения профессионального мастерства. При этом печать, конечно же, была инструментом советской пропаганды, но заметим – достаточно эффективным инструментом.

В Азербайджане после установления советской власти в печати были представлены многопартийные взгляды. Традиции же “Искры” и “Правды” [1] в республике наследовали газеты “Текеммюль” (1906), “Бакинский рабочий” (1906), затем “Коммунист” (1919), “Азербайджан геджлери” / “Молодежь Азербайджана” (1919), “Эдебият ве инджесенет” / “Литература и искусство” (1934) “Баки” / “Баку” (1958). В этих и других изданиях наравне с идеологическими материалами публиковались корреспонденции и статьи об экономике, науке, культуре республики, материалы, отражающие жизнь людей того времени и формирующие национальное мышление и самосознание народа.

Некоторые историки журналистики считают, что со временем возобладала идея однопартийности и классового подхода в ущерб идее национальной, что привело к ожесточенной борьбе против большевизма представителей эмиграционной печати Азербайджана [1].

Пропагандистские методы преобладали в прессе 1920—1940 годов [2, 100]. Неслучайно этот период называют “периодом политических целей” [3, 19]. Али Назим, Мустафа Гулиев, Рухулла Ахундов, Ханафи Зейналлы, Алигейдар Гараев, Султан Меджид Ганизаде, Таги Шахбази, Бекир Чобанзаде, Али Велиев, Мехди Гусейн, Джафар Хандан, Мамед Джафар, Мирза Алекпер Казымов и др. были яркими представителя-

ми той журналистики. Некоторые из них, а именно Али Назим, Мустафа Гулиев, Ханафи Зейналлы, Рухулла Ахундов, Таги Шахбази, Бекир Чобанзаде, в последующем осознали неверность избранного и стремились исправить свои ошибки, став жертвами 1937 г.

В годы советской власти партия контролировала все — от типологии СМИ, содержания, состава, структуры редакции, периодичности выхода — до связи с аудиторией. Так, в начале 1930 гг. было принято решение о формировании системы журнальных изданий. Стали выходить “Мариф ве меденият” (“Просвещение и культура”), “Шерг гадыны” (“Восточная женщина”), “Эдебият джебхеси” (“Литературный фронт”), “Худжум” (“Атака”) и др. В них большое место уделялось пролетарской литературе и вопросам печати. Именно благодаря этим журналам литературное общество получило возможность осуществлять задачи пролетарской литературы и контролировать их деятельность. Литературные события в Москве, вызывавшие большой резонанс в русской общественно-литературной мысли, моментально отдавались эхом в литературных сферах национальных окраин. Например, статья М. Гулиева “Эдебиятшунаслыг джебхесинде мубаризе” (“Борьба на литературном фронте”) и статья М. Гусейна “Эдебиятшунаслыгда меншевиизм элейхине” (“Против меньшевизма в литературоведении”) являлись ничем иным, как осуществлением литературно-критической стратегии центра.

Молодой литературный критик того периода, автор научно-критических и публицистических статей Али Назим писал: “После октябрьской революции, во всех сферах литературы, литературной идеологии революция оживилась и привлекла к себе многих писателей. Было достигнуто соглашение о том, что в первую очередь необходимо служить народу, а не литературе” [4]. Но, видимо, проблема народности литературы существовала, и критик в статье “Саг горху иле амансыз мубаризе” (“Беспощадная борьба со страхом”) откровенно заявляет: “Мы должны вести

жестокую и беспощадную борьбу для того, чтобы сделать литературу действительно пролетарской, большевистской» [5]. Эту позицию поддерживали активные литературные критики Г. Зейналлы, М. Гулиев, Р. Ахундов, М. Гусейн.

Эта борьба за «большевизм в печати, в литературе и создание пролетарской печати и литературы» [6, 29] длилась до 1960—1970 гг. Правда, после смерти И. В. Сталина произошли некоторые изменения в общественно-политической, литературно-культурной жизни СССР. Хотя в то время, в которой упоминался видный азербайджанский деятель, благотворитель, сторонник просвещения и культуры Зейналлабдин Тагиев, не был бы «наложен арест» [7, 107].

Видный поэт Самед Вургун в статье «Метбуатымызын хаггында» («О национальной печати»), называя печать «энциклопедией времени», говорил: «Хотел бы указать большую роль и заслугу газеты «Правда», которая играла направляющую роль в развитии национальной печати» [8, 35]. Но следовало бы отметить и заслуги наших просветителей, которые играли большую роль в создании и развитии печати Азербайджана.

В исследованиях 1920—1950 гг. отношение к чести представителей интеллигенции, например к фюзатовцам, было крайне негативным. Исследователь литературной школы «Фюзат» Шамиль Велиев писал: «...в те годы С. Гусейн, А. Шаиг, Дж. Мамедкулазаде, А. Абид и другие оценивали творчество фюзатовцев методами традиционного сравнительного анализа, при этом дух партийности одерживал вверх над литературной средой» [3, 19].

Ученый-литературовед Мирджалал Пашаев в своем произведении «Литературные школы Азербайджана», кратко оценив творчество представителей литературной школы романтизма С. Салмаси и С. Мензур, сохранил таким образом память об этом направлении для потомков. Исследователь Азиз Мирахмедов, обвиняя газету «Хаят» в «углублении реакционного направления своего предшественника» [8, 97], все же оставался довольно сдержанным в критике «Фюзата». Академик Кямал Талыбзаде называл «Фюзат» буржуазным печатным органом, отмечая при этом, что «журнал являлся солидным изданием» [8, 118].

Исследователь сатирической журналистики Назим Ахундов долгие годы подвергал критике национальную печать и ее представителей. Он писал: «Следует отметить, что в период господства партии

Мусават функционировали такие сатирические журналы, как «Шейпур» (1918—1919) и «Занбур» (1919), которые носили контрреволюционный характер, защищали владычество буржуазного помещика, и не следует о них вспоминать» [7, 3]. Хотя они (за исключением журнала «Молла Насреддин»), как и «Ары»/«Пчела» (1910—1911), «Лек-лек» (1914), «Мезели»/«Смешной» (1914—1915), «Мешел»/«Светило» (1919—1920), сыграли свою роль в истории нашей печати и в пропаганде идей Азербайджанской Демократической Республики.

Н. Ахундов считал «Фюзат» и «Хаят» слабыми с идейно-политической точки зрения, называл их редакторов беспринципными. Но с такой же легкостью он критиковал А. Гусейнова и А. Агаоглы, оставившими заметный след не только своей публицистической деятельностью, но и деятельностью, связанной с формированием печати, просвещения, культуры, национального мышления.

В работе «Периодическая печать Азербайджана» факты относительно таких газет и журналов, как «Эфкари-мутеллимин» («Мнения учеников»), «Овраги-нефисе» («Листки искусства»), «Ачыг соз» («Открытый разговор»), «Истиглал» («Независимость»), издававшихся в период АДР, противоречат друг другу. Скорее всего, ученый ссылаясь на ложные источники, не будучи знаком с изданиями. Так, в «Азербайджанской советской энциклопедии» достаточно много недостоверной информации о газете «Ачыг соз».

ЛИТЕРАТУРА

1. Коммунист. — 1929. — 21 окт.
2. Мехдиев М. Azərbaycan jurnalistikasının tədqiqi məsələləri (Вопросы исследования журналистики Азербайджана) / М. Мехдиев. — Баку, 2014.
3. Велиев Ш. «Füyuzat» ədəbi məktəbi (Литературная школа «Фюзат») / Ш. Велиев. — Баку, 1999.
4. Yeni yol (Новый путь). — 1924. — 28 дек.
5. Каспий. — 2011. — 20 июля.
6. Ахмедов Б. XX əsr Azərbaycan ədəbiyyat tarixi (История литературы Азербайджана XX века) / Б. Ахмедов. — Баку, 2010. — Т. II.
7. Ахундов Н. Azərbaycanın satira jurnalları (1906—1920-ci illər) (Сатирические журналы Азербайджана) / Н. Ахундов. — Баку, 1968.
8. Azərbaycan mətbuat tarixi antologiyası (Антология истории печати Азербайджана). — Баку, 2011. — Т. II.

Бакинский государственный университет
Гулиева Гаранфил, докторант факультета журналистики
E-mail: matlabm@yandex.com

Baku State University
Guliyev Garanfil, Doctoral Student of the Faculty of Journalism
E-mail: matlabm@yandex.com

СОСТАВНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ-ЗАГОЛОВКИ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ

М. А. Дрога, Д. В. Халявина

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Поступила в редакцию 3 ноября 2017 г.

Аннотация: в данной статье рассматриваются составные слова в функции газетных заголовков. Современная пресса пестрит подобными названиями, отличающимися емкостью, необычным значением и креативностью.

Ключевые слова: газетный текст, составные наименования, заголовки, словотворчество.

Abstract: this article deals with the compound word in function of the headlines. Modern press is full of similar names with different capacity, extraordinary meaning and creativity.

Keywords: newspaper text, compound names, headlines, word creation.

Словотворцами в наши дни все чаще всего выступают писатели, поэты, журналисты. Среди причин, побуждающих авторов к словотворчеству, назовем стремление к новизне выражений, желание создать неожиданный словесный образ. Креативность в газетно-публицистическом тексте помогает выразить отношение автора к изображаемому, дать оценку описываемых событий, остановить внимание читателя на конкретном слове. Кроме того, новые слова «отражают все перемены, происходящие в жизни российского общества, и являются «номинативными последствиями» социальных изменений» [1, 53]. Политические и экономические преобразования, происходящие в России в последние десятилетия, изменили язык средств массовой коммуникации.

По поводу увеличившегося числа неологизмов С. Ильясова отмечает: «Словообразование, представленное в сегодняшней газете, можно без всяких оговорок обозначить как словотворчество, сегодняшней газете нужны такие новые слова, которые привлекают внимание, вызывают интерес читателя» [2, 82]. В фактах словотворчества, на наш взгляд, отражены видение и оценка говорящими определенных явлений современной российской действительности. В настоящее время газеты выдают большое количество составных наименований (далее — СН) или разнословных сложений. Значительно выросло количество СН, вынесенных в заголовки, ср.: *август-угроза, аптека-подделка, бомба-вирус, время-звонарь* и др. Особенности структуры подобного рода слов находят отражение в их значении: объединяя в одно наименование два самостоятельно употребляющихся в языке слова, СН выражают не сумму значений двух слов — они несут новую смысловую нагрузку, которая выявляется в условиях определенного

контекста с учетом фоновых знаний и опыта языковой личности. Например:

«Города-пещеры»: В России найдено сооружение, сравнимое со знаменитой пирамидой Хеопса. — Аргументы и факты, 2012, № 40. В данном примере вместо созданного составного слова «города-пещеры» могло быть употреблено развернутое описание «города, похожие на пещеры».

«Дерево-доктор»: Береза — это дерево-доктор. Люди давно делают из березы лекарства. Весной она дает очень полезный сок. — Жизнь-бытьё, 2012, № 44. Употребление разнословного сложения в данном случае заменяет описание «дерево, которое обладает лечебными свойствами».

«Доллары-фантики»: В последние дни разговоры о валютных войнах часто звучат с высоких международных трибун. Центробанки озабочены тем, что страны занижают курсы своих денежных единиц. Именитые экономисты прочат разрушение экономической системы, основанной на долларе, и обвиняют США в том, что они загоняют себя и мир в долговую ловушку. — Аргументы и факты, 2013, № 5. В этом случае второй компонент составного слова «фантики» обозначает «обертки, являющиеся предметом игры».

Не менее важной причиной словотворчества следует назвать стремление говорящих нарушить языковой автоматизм (один знак — одно значение). Требование выразительности обусловлено тем, что речь — это не только средство передачи информации, но и орудие психологического воздействия, прежде всего на читателя. Именно в этом направлении идет поиск журналистами новых, более выразительных номинаций. Так, многие из составных наименований дают не только развернутую характеристику, но и оценку (чаще негативную или с ироническим подтекстом) тех или иных представителей общества: *«деды»-садисты, губернаторы-«двоечники», друзья-оптимисты* и т.п. Примерами также могут послужить:

«Женщина-божество»: Многодетные мамы — это женщины-божества. В нашей стране быть матерью — это ежедневный подвиг. — Аргументы и факты, 2013, № 47.

«Путешественники-романтики»: В июне 2011 года супруги Андрей и Елена Невзоровы вдвоем отправились в кругосветное плавание по маршруту Москва — Таити — Москва. Они стартавали на малюсенькой 9,5-метровой яхте «Дельта» прямо от самых стен Кремля, по Москве-реке. Путешественники-романтики преодолели тысячи морских миль, достигнув своей цели, которая находится на противоположной стороне глобуса от родного дома. — Комсомольская правда, 30.05.2014.

«Потребитель-патриот»: О россиянах, выбирающих продукцию только российского производителя. — Комсомольская правда, 20.04.2016.

«Президент-неудачник» (о президенте футбольного клуба, который не смог привести команду к победе). — Комсомольская правда, 2014, № 101.

Сила воздействия, которая определяется степенью выразительности речи, выявляет «тенденцию к употреблению более экспрессивных обозначений известных явлений, во многом обусловленную грандиозными свершениями нашего времени». Характерным признаком данных образований является то, что новое значение, не нарушая морфологии и фонетики слова, превращает знакомое слово в совершенного незнакомца. Большое количество разнословных сложений, созданных журналистами на страницах печатных изданий, — «нечто ранее неизвестное, демонстрирующее процесс лингвокреативного мышления» [3].

Среди «традиционных» составных слов из двух существительных есть наименования, компоненты которых связаны отношениями семантического равноправия, сочинения: *игра-семинар, бар-кафе*. Это, как правило, названия предметов, явлений «двойного назначения». Есть подгруппа образований, компоненты которых связаны отношениями семантического подчинения, когда второе слово конкретизирует разновидность того, что названо первым: *стол-трансформер, банк-эмитент, река-каток, служба-бонус, театр-обуза* и т.п. «В таких наименованиях («биноминах») компоненты сохраняют известную семантическую самостоятельность» [4, 38].

Одной из тенденций развития языков является стремление выразить все большее количество информации в единицу времени. Кроме того, номинация посредством сочетаний слов выступает как «запасной» способ наименования, компенсирующий недостаточность словообразовательных средств. Как показывает анализ фактического материала, составные наименования в русском языке обладают самостоятельной номинативной значимостью. Они нередко служат для более конкретного, дифференцированного обозначения предметов

и явлений. Некоторые исследователи отмечают потенциал слов-неологизмов при использовании их в качестве товарных знаков или других коммерческих названий: *пати-зона, бар-драфт, ёлки-палки* и др. «Именно в этом заключается специфика коммерческих названий — это лексические единицы, которые по своей сути близки к тексту, поскольку содержат внутри себя какое-то развернутое сообщение» [5, 210].

Необходимо отметить тот факт, что говорящий всегда стремится к четкости и краткости представляемой информации. В этом нередко «на помощь» им приходят составные наименования, позволяющие развернутое описание заменить более емким определением. Объектом номинации и оценки становятся не только явления общественной жизни, экономики, политики, культуры, но и события частной жизни обыкновенных людей, при описании которых чаще употребляются слова, называющие человека по какому-либо признаку. Соборный языковой материал убеждает в том, что обилие составных слов — одна из особенностей словотворчества. «Создание слова — это творческий акт определенного индивидуума — «оригинатора». Именно с его речемыслительной деятельностью связана неожиданность ассоциации, связывание того, что еще не связывалось другими. Неожиданным, действительно, будет скорее всего то, что придет в голову одному человеку, а не многим» [2, 80]. Анализ новых составных слов в функционально-прагматическом аспекте показал, что сфера их употребления и назначения достаточно широка. Так, составные наименования, как правило, позволяют более точно и емко выразить определенную мысль. Отличительным свойством разнословных сложений является их краткость (в сравнении с эквивалентом — развернутым описанием). Необходимо отметить, что довольно часто составные слова способствуют потребности говорящего выразить его отношение к предмету речи, дать ему определенную характеристику, оценку». Приведем контекст:

«Офисы-убийцы»: Тихие клерки рискуют не меньше, чем военные, зачастую обитатели офисов работают в совершенно невообразимых условиях. Сидят на отравленных стульях, ходят по ядовитым коврам, проваливаются с лифтами в шахты, срываются вниз вместе с лестничными пролетами. — Труд, 2009, № 141.

«Человек-тень»: Переводчик Суходрев провел 30 лет рядом с лидерами мира. Ушел из жизни легендарный переводчик, ставший в буквальном смысле «свидетелем эпохи». — Аргументы и факты, 16.05.2014.

Как мы упоминали ранее, составные наименования в текстах газетной публицистики могут быть предназначены для привлечения внимания

читателей. С этой целью авторы зачастую используют различные приемы языковой игры [6]. Составное наименование в данном случае становится для автора своеобразным способом самовыражения. Нами зафиксированы примеры, включающие 2, 3 и даже 4 СН.

«В мире есть *города-мужчины*, жесткие, агрессивные, как Нью-Йорк, Гонконг... Но есть и *города-женщины* — такие, как Лондон, Париж... и, конечно же, Москва». — Российская газета, 2010, № 4. Зафиксированы примеры, в которых элементы разнословных сложений составляют синонимическую пару: «Не только зрители, но и коллеги воспринимали Любовь Полищук как *женщину-праздник, женщину-карнавал, неподобную клоунессу*». — Собеседник, 2006, № 19. «*Клатч-книга, бочонок-сгущенка, сумка-домик* — каждое творение Перфег хочется взять в руки и больше не отпускать». — Л'Этуаль, август 2017.

Есть мнение, что «засилие» в газетных текстах подобных конструкций притупляет ощущение красоты языка, приводит к снижению речевой культуры читателя. К примеру, использование следующих заголовков придает газетному стилю сниженность, субъективизирует исследуемые объекты:

«*Цифры-очковтиратели: Кому выгодно недо-считывать уволенных? Кто намеренно занижает цифры по безработице в России*». — Аргументы и факты, 2015, № 35.

«*Золушка-«оторва»* (о балерине Екатерине Крысановой, отличающейся упорством в профессии). — Собеседник, 2014, № 5.

Как показывают наблюдения над фактами языка, словотворчество — это процесс сложный, многогранный, он направлен на выбор или конструирование необходимой лексической единицы, отсутствующей в языке и индивидуальном лексиконе. Одним из средств, позволяющих заполнить пустые клетки языковой системы, являются составные наименования. СН, извлеченные из газетных текстов последних десятилетий, характеризуются своей неожиданностью и новизной, демонстрируют результат творческого мышления автора, ср.: *любовь-наркоз, время-наркотик, цены-«декабристы», учитель-«пират»* и многие другие. Ассоциативный эксперимент, проводившийся с целью сравнить семантику предложенных составных слов-заголовков с ассоциациями тестируемых, позволяет сделать некоторые выводы.

Варианты, предложенные испытуемыми, в некоторых случаях не совпадают со значением составного слова, предложенного автором статьи (59% от общего числа респондентов). Этот факт доказывает, что образование подобных слов «обусловлено неустанной креативной работой человеческого сознания, бесконечным познавательным процессом» [7]. Довольно часто составные

наименования употребляются авторами в качестве заголовков текстов газетной публицистики, для которых характерна яркая полемичность и высокая степень оценочности. Таким образом, составные наименования в текстах газетной публицистики используются: 1) для более точного выражения мысли; 2) для замены развернутого описания более компактной формой; 3) с целью выразить авторское отношение к описываемому явлению, дать ему ту или иную оценку; 4) для более полной характеристики многофункциональных предметов и понятий; 5) для привлечения внимания читателей. «Словообразовательная система языка реагирует на политическую, культурную, языковую, социально-психологическую ситуации в обществе. При создании таких слов выражается эмоциональная оценка происходящего, разрушение известных стереотипов, обнародование мнения, снятие напряжения» [8, 25].

ЛИТЕРАТУРА

1. Плотникова Л. И. Отражение национально-культурных особенностей в новом русском слове / Л. И. Плотникова // Язык и культура. Т. I. Философия языка и культуры. — Вып. 8. — Киев. — 2005. — С. 50—54.
2. Ильясова С. В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ / С. В. Ильясова. — Ростов-на-Дону. — 2002.
3. Сенько Е. В. Неологизация в современном русском языке: межкуровневый аспект / Е. В. Сенько. — Санкт-Петербург, 2007.
4. Козельская Н. А. Новые составные слова в русском языке / Н. А. Козельская // Современная языковая ситуация и совершенствование подготовки учителей-словесников: материалы всероссийской научно-методической конференции. Ч. 2. — Воронеж, 1996. — С. 38—39.
5. Новичихина М. Е. Об использовании слов-неологизмов при создании товарного знака / М. Е. Новичихина // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2008. — № 10. — С. 209—212.
6. Журавлева О. В. Когнитивные модели языковой игры (на материале заголовков русских и английских публицистических изданий): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. В. Журавлева. — Барнаул, 2002. — 22 с.
7. Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные проблемы неологизации в русском языке конца XX — начала XXI века: автореф. дис. ... докт. филол. наук / Л. Ю. Касьянова. — Астрахань, 2009.
8. Замальдинов В. Е. Структурные особенности типовых новообразований в медийном словотворчестве / В. Е. Замальдинов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2016. — № 4. — С. 23—25.
9. Дрога М. А. Словарь составных наименований русского языка (по материалам прессы 2000—2014 гг.) / М. А. Дрога, Л. И. Плотникова. — Белгород, 2014.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Дрога М. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, профессионально-речевой и межкультурной коммуникации

E-mail: droga84@rambler.ru

Халявина Д. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, профессионально-речевой и межкультурной коммуникации

E-mail: d.khalyavina@mail.ru

Belgorod National Research University

Droga M. A., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian Language, Professional Oral and Cross-cultural Communication Department

E-mail: droga84@rambler.ru

Khalyavina D. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian Language, Professional Oral and Cross-cultural Communication Department

E-mail: d.khalyavina@mail.ru

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В РЕКЛАМНОЙ ПРАКТИКЕ

А. А. Зиганшина

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 30 октября 2017 г.

Аннотация: в данной статье мы предпринимаем попытку теоретического обоснования необходимости целостного стратегического планирования коммуникаций, а не отдельных рекламных кампаний. Статья систематизирует опыт зарубежных и российских исследователей.

Ключевые слова: реклама, стратегическое планирование, рекламная коммуникация, стратегия коммуникации.

Abstract: in this article we attempt to theoretically substantiate the need for a holistic strategic communication planning, rather than particular advertising campaigns. The article systematizes the experience of foreign and Russian researchers.

Keywords: advertising, strategic planning, advertising communication, communication strategy.

Стратегическое планирование как отдельная отрасль рекламной практики возникло в 60-е годы XX века в лондонских рекламных агентствах. С. Поллит впервые предложил использовать специалистов по анализу маркетинговых данных в качестве «членов команды», включающей все ведущие подразделения агентства: медийное, творческое, клиентское [1]. Затем эта практика стала применяться в других агентствах, а в наше время является регулярной. В любом сетевом и независимом агентстве, работающем с крупными клиентами, существует отдел стратегического планирования.

В рамках нашего исследования необходимо определить следующие предпосылки возникновения стратегического планирования в рекламе [2]:

- трансформация ожиданий клиентов рекламных агентств при росте значения маркетинговой составляющей в рекламе и формировании прямой взаимосвязи между рекламой и рыночным результатом;
- рост количества маркетинговой информации, которая нецелесообразно используется и недостаточно структурирована;
- увеличение значимости бренда и приоритетности брендинга торговой марки;
- увеличение узнаваемости бренда среди потребителей;
- рост конкуренции среди различных торговых марок [3].

Далее рассмотрим этапы формирования данной концепции в современных условиях, опираясь на базовые принципы маркетинга, сформулированные Ф. Котлером. С тех пор прошло более 30 лет, его концепция дорабатывалась другими исследователями и им же самим, но некоторые формулировки не по-

теряли своей актуальности и сегодня и воспринимаются как классические [4].

Стратегическое планирование в рекламе включает в себя формулирование миссии развития компании через рекламную деятельность на каждой стадии его жизненного цикла, формирование системы стратегических целей развития и поведения. Стратегическое планирование ориентировано на срок от пяти лет и более. Тактическое планирование необходимо для поиска и согласования максимально эффективных путей и средств внедрения разработанной стратегии рекламы [5, 123]. При этом профессионалам известно, что успех рекламной кампании во многом зависит от качества ее стратегического планирования. «Стратегия — это комбинация из запланированных действий и быстрых решений по адаптации фирмы к новой ситуации, к новым возможностям получения конкурентных преимуществ и новым угрозам ослабления ее конкурентных позиций» [6, 134].

Котлер Ф. разграничивает две части в планировании: стратегическое планирование и планирование маркетинга [4, 574]. Американский исследователь К. Финк выделяет три составных части стратегического планирования на примере организации газетного менеджмента [7, 138]: см. рис. 1.

По другому принципу классифицирует типы стратегий, применяемых в рекламе, А. Курбанова [8, 85]:

Рационалистическая стратегия. Этот тип применяется, когда есть рациональное преимущество (сегмент B2B).

Проекционная стратегия. Этот тип применяется, когда принятие решения о покупке эмоционально или особых преимуществ у товара/услуги нет.

Одни исследователи, описывая стратегическое планирование в рекламе, останавливаются на инструментах, применяемых для продвижения торговой марки в рамках объединенных усилий коллектива

[9]; другие трактуют его как комплексное решение по разработке стратегии, которая необходима для достижения целей организации посредством рекламных коммуникаций [10]; третьи — как спектр конкретных целей, необходимых для достижения к определенному периоду [11, 86]. Есть мнение, что поскольку маркетинг есть процесс, объединяющий различные функции организации, так как в современной маркетинговой среде приоритеты фирмы динамично изменяются, то изучение новых приоритетов и направлений по удовлетворению потребностей покупателей выступает в качестве основной функции стратегического планирования в рекламе [12, 65]. Различные аспекты стратегического планирования в рекламе затронуты в трудах Г. Асселя [13, 65], П. Диксона [14, 154], Д. Кревенса [15, 132] и др.

Такие функции менеджмента, как организация, мотивация и контроль, ориентируются на разработку стратегических планов. Не используя всех преимуществ стратегического планирования, предприятия в целом и отдельные ее сотрудники лишаются четкого метода оценки целей и направлений корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования является основой для управления трудовым коллективом предприятия [16, 15].

Таким образом, стратегическое планирование в рекламе — это определенный набор процедур и решений, с помощью которых разрабатывают долгосрочную стратегию развития предприятия, обеспечивающую достижение главных целей его функционирования. При этом стратегическое планирование отдельной рекламной кампании выступает в качестве структурного элемента по выбору ключевых направлений по достижению отдельных целей. Стратегическое планирование в рекламе заключается в необходимости принятия решения о выходе на новый рынок, об увеличении доли на занимаемом рынке, выделении приоритета развития на существующем рынке или закрытии неудовлетворенных потребностей рынка. Планирование рекламных кампаний выступает в качестве важной части стратегического планирования по достижению основной цели развития предприятия.

Детализированное представление о целях развития бизнес-процессов компании клиента дает возможность создать максимально релевантное рекламное сообщение, которое будет способно достичь целевой аудитории. Соответственно, при разработке стратегии необходимо уделять тщательное внимание формированию представления о целевой аудитории, которая является потенциальным направлением роста бизнеса. Определение целевой аудитории базируется на выявлении особенностей поведения, образа жизни, мотивации конечных потребителей. Детализированное представление о структуре бизнеса клиента дает возможность формулировать задачи, которые стоят перед клиентом в рамках ре-

кламной кампании. При ее разработке необходимо принимать во внимание макроэкономические факторы, специфические особенности производственных процессов, источники финансовых потоков.

Этап конкурентного анализа включается в разработку коммуникационной стратегии, что дает возможность корректно позиционировать бренд при минимизации неудачных рекламных кампаний.

Анализ потребителя включает в свою структуру исследование образа жизни и специфических особенностей поведения целевой аудитории:

- статусность и типы поведения в различных ситуациях;
- отношение аудитории к выделенной категории продуктов при описании барьеров и стимуляторов продвижения;
- оценка системы ценностей;
- выявление положения потребителя в целостной системе координат, которая базируется на различных жизненных ценностях [17].

Исследование бизнеса и выявление потребностей покупателя дает возможность формулировать стратегические коммуникационные задачи, которые могут органично включаться в маркетинговую стратегию бренда для повышения эффективности коммуникации. В данном аспекте необходимо принимать во внимание взаимосвязь между коммуникационными и маркетинговыми задачами, которые базируются на задачах бизнеса. Использование данной иерархии необходимо для сохранения целостности стратегического развития.

Применяя теоретическое обоснование таких исследователей, как Л. Перси, Р. Эллиот, У. Дж. Мак-Гвайр, мы предлагаем описывать процесс стратегического планирования в рекламе с помощью пяти последовательных этапов [18, 69].

1. Выбор ЦА на основании общей маркетинговой стратегии.

2. Изучение поведения ЦА в отношении товарной категории (процесс принятия решения о покупке).

3. Выбор оптимального позиционирования бренда в рамках маркетинговых коммуникаций. Имеется в виду не базовое позиционирование, которое уже разработано, а коммуникационное. Переход к другому направлению или уровню восприятия ЦА всей категории и ее сегментов.

4. Разработка коммуникативной стратегии на основе намеченной цели коммуникации.

5. Выбор медиастратегии для донесения сообщения и решения коммуникативных задач. Оптимальные коммуникационные возможности для донесения креативного послания.

Эффективная коммуникация в рамках рекламной деятельности определяет соответствие целей по различным аудиториям. Для достижения поставленной цели необходимо качественно сегментировать аудиторию при формулировании стратегических гипотез.

Выявление маркетинговых задач при качественном сегментировании аудитории дает возможность создавать уникальные стратегические гипотезы, базирующиеся на основной потребности. В качестве одного из ключевых направлений стратегического планирования можно выделить трансформацию от отдельных рекламных кампаний к стратегическому планированию целостной коммуникации, которое базируется на конкретных представлениях о продукции, компании и конкурентах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Dictionary of Marketing Terms, 3rd edition, by Jane Imber and Betsy-Ann Toffler, published by Barron's Educational Series, Inc. — NY, 2000.
2. Топоров М. Advertising Account Planning: трудно перевести на русский, но легко понять суть / М. Топоров // Лаборатория Рекламы. — 2016. — № 1. — С. 34—36.
3. Крылов А. Стратегическое планирование в рекламе / А. Крылов, О. Зуенкова. — URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/ad_strategy.htm (дата обращения: 30.10.2017).
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — Москва, 1990.
5. Ларионов И. Стратегическое управление / И. Ларионов. — Москва, 2014.
6. Зайцев Л. Г. Стратегический менеджмент / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. — Москва, 2004.
7. Финк К. Стратегический газетный менеджмент / К. Финк. — Самара, 2004.
8. Курбанова А. Выбор и разработка рекламной стратегии / А. Курбанова // Рекламодатель. — 2014. — № 1.
9. Илышева Н. Н. Методологические аспекты формирования, оценки и совершенствования системы стратегического анализа и управления бизнес-рисками предприятия / Н. Н. Илышева, Е. В. Каранина // Экономический анализ: теория и практика. — 2014. — № 11. — С. 41—43.
10. Балыбердин В. А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах / В. А. Балыбердин, А. М. Белевцев, Г. П. Бендерский. — Москва, 2014.
11. Веснин В. Р. Стратегическое управление / В. Р. Веснин. — Москва, 2014.
12. Ламбен М. Менеджмент, ориентированный на рынок / М. Ламбен. — Санкт-Петербург, 2014.
13. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г. Ассель. — Москва, 2015.
14. Диксон П. Управление маркетингом / П. Диксон. — Москва, 2014.
15. Кревенс Д. Стратегический маркетинг / Д. Кревенс. — Москва, 2013.
16. Болдырев Д. С. Организация стратегического планирования маркетинговой деятельности как основного инструмента развития / Д. С. Болдырев // Экономический анализ: теория и практика. — 2013. — № 1.
17. Смагин В. Н. К вопросу оценки стратегического развития компании при формировании ее маркетинговой политики / В. Н. Смагин, С. А. Шикина // Экономический анализ: теория и практика. — 2014. — № 28. — С. 28—30.
18. Перси Л. Стратегическое планирование рекламных кампаний / Л. Перси, Р. Эллиот. — Москва, 2008.

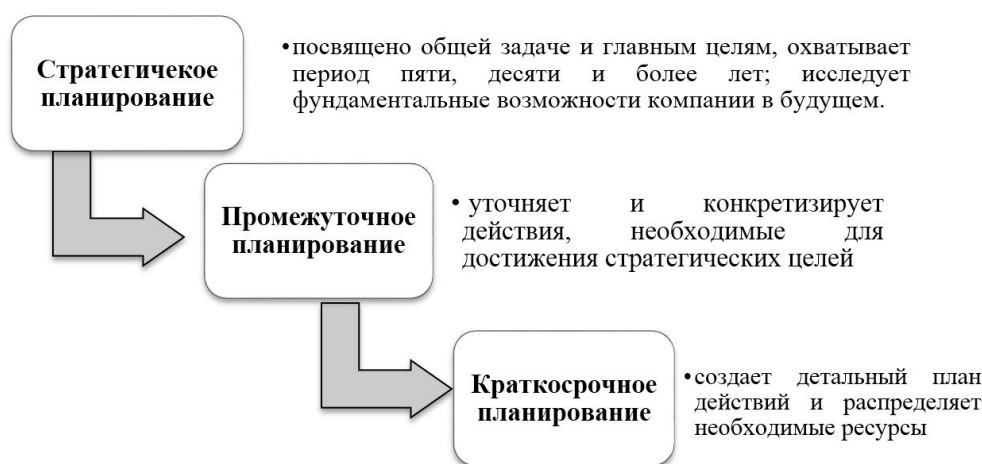


Рис. 1. Составляющие стратегического планирования в рекламе

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Зиганшина А. А., копирайтер рекламного агентства Cheil Russia, соискатель кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистика

E-mail: ziganshina.anna@gmail.com

Moscow State University named after M. V. Lomonosov
Ziganshina A. A., Copywriter of Advertising Agency Cheil Russia, Candidate for a Scientific Degree, Faculty of Journalism
E-mail: ziganshina.anna@gmail.com

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ И МОЛОДЫЕ ЖЕНЩИНЫ

Е. Ю. Красова, К. С. Морозова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 21 ноября 2017 г.

Аннотация: *представлен анализ результатов социологического исследования роли глянцевого журнала в жизни молодых женщин г. Воронежа. Охарактеризованы особенности восприятия коммуникативных стратегий глянцевых изданий.*

Ключевые слова: *глянцевый журнал, коммуникативная стратегия, молодые женщины, мода, красота.*

Abstract: *an analysis of a sociological investigation devoted to the role of glossy magazines in the life of young women of Voronezh city is presented. The peculiarities of the communicative strategies of glossy magazines perception are characterized.*

Keywords: *glossy magazine, communication strategy, young women, fashion, beauty.*

Современный медийный рынок России широко насыщен разного рода глянцевыми журналами. Между тем социокультурный феномен глянца в обществе массового потребления представляет собой весьма неоднозначное явление. Специфика таких изданий характеризуется особым содержанием, сориентированным на успех, роскошь и элитарность, а также особым полиграфическим исполнением. Сущность производимого глянцевого бумагой эффекта, по мнению В. В. Гута, состоит в том, что у читателя усиливаются и одновременно облегчаются процессы социальной идентификации, превращающие взаимодействие с журналом в процесс социального сравнения с персонажами и представленным в нем образом жизни [1, 7].

Ю. А. Долгова называет культурный потенциал глянцевого журнала амбивалентным, считая, что «с одной стороны, он продвигает иллюзорную реальность, способную сформировать ложные или утопические представления о действительности», а с другой — создает позитивный эмоциональный

настрой и влияет на оптимистическое социальное настроение молодежи [2].

Соответствуют ли коммуникативные стратегии женских глянцевых журналов ожиданиям аудитории? Авторы попытались получить ответ на этот вопрос в ходе социологического исследования роли глянцевых журналов в жизни молодых женщин г. Воронежа, проведенного весной 2017 г. В качестве объекта опроса выступили молодые женщины в возрасте 18—30 лет (N=246). Были выделены три основные группы — младшая (18—22 лет), средняя (23—26 лет) и старшая (27—30 лет). Анализ и обработка полученных данных проводились с помощью программы SPSS Statistics Base 21.0.

Основой выбора информации, в том числе в глянцевых журналах, являются ценностные ориентации личности — устойчивые убеждения, главные принципы жизни, придающие стройность и направленность мотивам мышления и поведения. Опрошенные молодые женщины выделили значимые для себя ценности (см. табл. 1).

Таблица 1

Главные жизненные смыслы в оценках молодых женщин, %

Ценностная ориентация	%
Создать хорошую семью	36,2
Быть независимой, материально обеспеченной	18,7
Получать от жизни как можно больше удовольствия	15,5
Иметь комфорт, бытовую устроенность	12,4
Получить хорошее образование, стать высококвалифицированным профессионалом	12,0
Жить по обстоятельствам («как получится»)	3,7
Другое («быть человеком, личностью», «иметь позитивный настрой», «быть счастливой», «познать окружающий мир как можно лучше», «познать себя, обрести смысл жизни, понять, зачем мы пришли в этот мир», «находиться в окружении идейных, сознательных, открытых людей», «быть здоровой» и др.)	1,5

На семью сориентированы чуть больше трети участниц опроса. Еще четверть ценит материальную обеспеченность и бытовую устроенность, а 15% хотели бы получать от жизни как можно больше удовольствия. К сожалению, образование и профессия

в качестве главных целей заняли лишь пятое ранговое место: их отметили 12% молодых женщин.

Характер проведения свободного времени показывает табл. 2.

Таблица 2

Предпочтения молодых женщин в формах проведения свободного времени, %

Формы проведения свободного времени	%
Хожу в кинотеатры, театры, клубы, на концерты	16,9
Провожу время с друзьями, на вечеринках, гуляю	16,9
Сижу в Интернете, социальных сетях	15,9
Читаю книги, журналы	14,6
Занимаюсь физкультурой, спортом, туризмом	13,3
Смотрю телевизор, видеофильмы	9,8
Занимаюсь своей внешностью и шопингом	8,8
Другое («по обстоятельствам»; «провожу время с ребенком, семьей»; «навожу порядок в доме»; «занимаюсь самообразованием, танцами, хобби, рукоделием, медитацией, эзотерикой» и др.)	3,8

Как видно, досуг молодых женщин отличается большим разнообразием. Чтение книг и журналов выделили 14,6%, а уход за внешним видом и занятие шопингом еще около 9%. Вероятно, именно среди этой части опрошенных больше тех, кто увлекается чтением глянца.

Учитывая форму исполнения и содержание гляцевых журналов, их зачастую «не читают» в полном смысле слова, а «перелистывают» или «просматривают». Респондентам был задан вопрос о том, доводи-

лось ли им читать или просто просматривать гляцевые журналы. Абсолютное большинство (98%) ответили утвердительно. Частоту обращения женщин к гляцевым журналам демонстрирует рис. 1.

Настоящих любителей глянца оказалось незначительное количество. Остальные разделились на две равные группы — тех, кто время от времени обращается к глянту, и тех, кто делает это редко. В чем же причины того, что последних не привлекают эти журналы? См. табл. 3.

Таблица 3

Факторы отсутствия или малой привлекательности гляцевых журналов для молодых женщин, %

Факторы	%
Наличие других интересов	28,2
Отсутствие в журналах полезной информации	24,9
Отсутствие времени на чтение гляцевых журналов	24,5
Перенасыщенность журналов рекламной информацией	11,6
Непопулярность глянца в ближайшем окружении друзей и знакомых	6,2
Другое («нет такой привычки»; «полезная информация есть, но ее мало»; «есть Интернет, он заменяет»; «читаю прессу онлайн»; «журналы дорогие» и др.)	4,6

Отсутствие интереса к гляцевым журналам большинство объясняет с рациональной точки зрения — другими интересами и наличием в них бесполезной информации, в том числе рекламной. Среди оригинальных ответов были альтернативные упоминания — чтение прессы и психологов-классиков. Не-

большая часть молодых женщин отметила фактор перенасыщенности женской журнальной периодики рекламной информацией. Вопрос об отношении к рекламе на страницах гляцевых журналов между тем был обращен ко всем респондентам. Получилась следующая картина (см. табл. 4).

Таблица 4

Отношение молодых женщин к рекламе на страницах глянца, %

Суждение с положительной коннотацией	%	Суждение с негативной коннотацией	%
Интересуюсь рекламой, если нужна конкретная информация	22,0	Предпочла бы, чтобы рекламы было меньше	26,6
Люблю рассматривать красочные рекламные образцы	16,4	Не обращаю внимания на рекламу	13,6
Нравится реклама, поскольку она дает возможность использовать рекламные купоны, дающие скидку	9,0	Считаю, что реклама — способ манипулирования покупателем	11,2
Другое («а весь гляцевый журнал разве не реклама?», «рекламу запретить!» и т. п.)			1,2

По отношению к рекламной информации на страницах глянца более половины участниц опроса занимает отрицательную позицию, остальные считают рекламу полезной.

37% молодых женщин в той или иной степени удовлетворены чтением глянцевого журналов, а 27% выразили неудовлетворение. Характерно, что больше трети не смогли дать оценку. По-видимому, это та часть, которая либо вообще не обращается к такого рода изданиям, либо обращается крайне редко

и не в состоянии сформировать собственное мнение.

По популярности журналов у молодых женщин первые три рейтинговых места заняли Cosmopolitan, Vogue, Glamour. Далее следуют «Вокруг света», Elle, «Караван историй», «Лиза», «Бурда».

Действительное, не отягощенное стереотипными представлениями отношение к глянцевым журналам можно выявить через мотивационный контекст. Какими же мотивами руководствуются читательницы? См. табл. 5.

Таблица 5

Мотивация чтения глянцевого журналов молодыми женщинами, %

Мотив	%
Читаю глянец просто чтобы «убить время»	28,3
Чтобы развлечься и отдохнуть	23,4
Это модно, журналы помогают следить за модными тенденциями в одежде и косметике	16,9
Глянцевые журналы дают ценные советы и рекомендации, мне важно знать мнение экспертов	12,6
Хочу узнать о жизни звезд	11,1
Другое	7,7

Оценивая мотивы обращения молодых женщин к глянту, можно увидеть, что респонденты разделились на три группы. Одна из них, самая крупная (более 50%), использует журналы для пустого времяпрепровождения, развлечения и отдыха. Испытывая при прочтении веселье «на чужом празднике», читательницы переносят увиденное и прочитанное на себя [3, 83—86]. Другая группа респондентов (более 40%) находит желаемую для себя информацию о направлениях моды, товарах и услугах, жизни знаменитостей. Выявленная мо-

тивация соответствует предположению о сдвиге ценностных ориентаций молодежи в сферу досуга, развлечений и массового потребления [4]. Наконец, менее чем у одной десятой части респондентов преобладает отрицательная мотивация — это вне сферы их интересов.

В исследовании было выяснено, какие сюжеты интересны молодым женщинам в большей степени. В предложенных альтернативах среди тематики скрывались распространенные стереотипы. См. табл. 6.

Таблица 6

Интерес молодых женщин к сюжетам и стереотипам в информации глянцевого журналов, %

Сюжет и стереотип	Интересно в той или иной степени	Неинтересно в той или иной степени	Не могу сказать
О здоровом образе жизни	77,3	19,7	3,0
О счастливой семье	59,7	34,9	5,4
Об обеспеченной и красивой жизни	55,7	39,7	4,6
О любовных проблемах	52,5	42,4	5,1
О вечной молодости	47,6	42,6	9,8
О Золушке и прекрасном принце	28,5	65,0	6,5

Демонстрируется большое разнообразие интересов. Однако полученные данные выявили неожиданный ракурс. Большинство молодых женщин декларирует интерес к информации о здоровом образе жизни: индекс интереса к этим сюжетам практически в два раза превышает остальные параметры. В то же время за чтением глянца более половины опрошенных попросту проводят время или развлекаются, а совсем незначительное количество предпочитает заниматься физкультурой и спортом, а также сле-

довать ценным советам и рекомендациям. Отрадно, что пропаганда стереотипов (о вечной молодости, о Золушке и прекрасном принце) привлекает меньшее число опрошенных: индекс интереса имеет отрицательную величину.

Выражая согласие или несогласие с суждениями, предложенными исследователями, молодые женщины обрисовали функциональное назначение глянца (см. табл. 7).

Таблица 7

Функции информации в глянцевах журналах в оценках молодых женщин, %

Суждение	Согласие	Несогласие	Затруднение
Глянцевые журналы выступают информационным источником для понимания модных тенденций и следования им	77,6	14,6	7,8
Они распространяют предубеждения о внешности и поведении	67,9	24,2	7,9
Они пропагандируют образ уверенной в себе женщины и ее стиль жизни	66,7	21,2	12,1
Журналы транслируют мифический образ идеальной современной женщины	62,4	24,9	12,7
Они являются информационно-развлекательным руководством к действию	56,8	30,7	12,5
Глянцевые журналы навязывают стандарты, преуменьшающие индивидуальность	50,6	31,7	17,7

Имеет место высокий уровень согласия с суждениями о назначении глянца. Ранжирование в графе «Согласие» показывает, что в наибольшей степени отмечаются функции информационного источника для понимания моды, распространения предубеждений о внешности и поведении женщины, пропаганды уверенности в себе, трансляции мифов об идеале. Что касается навязывания стандартов и развлекательной функции, то здесь оказалось больше всего несогласных (примерно треть всех опрошенных). Важно также заметить,

что затруднения увеличивались в случае оценки «навязывание стандартов, преуменьшающих индивидуальность».

Традиционно коммуникативная эффективность информационного ресурса оценивается по показателям внимания аудитории, запоминаемости информации и ее убедительности. Для того чтобы помочь респондентам высказать мнение, им было предложено представить, что они покупают глянцевый журнал и предположить, что конкретно повлияет на их выбор (см. табл. 8).

Таблица 8

Обоснование выбора и покупки глянцевого журнала молодыми женщинами, %

Фактор выбора журнала	%
Интересуют темы номера	36,5
Нравится яркое оформление, красивые фото и картинки	17,0
Привлекает известная личность на обложке	16,0
Предлагается подарок на обложке	12,3
У меня есть любимый журнал, я покупаю только его	8,2
Покупаю специальный выпуск журнала	4,6
Впечатляет реклама этого номера	2,1
Другое	3,3

Очевиден факт, что в приоритете содержательная тематика журнала. Действительно, адекватный контент способен завоевать аудиторию. Например, во время кризиса 2009 г. издание «Бурда» сделало ставку на журнал «Лиза. Люблю готовить!», тиражи которого быстро преодолели планку в 1,5 млн. экземпляров. Проект был настолько успешен, что издатель вывел на рынок целую серию других подобных журналов [5]. Кроме того, эстетика глянца и знаменитости также служат серьезными факторами привлечения внимания.

40% опрошенных вспомнили статью из последнего журнала, который они читали (удивительно много, учитывая, что абсолютное большинство обращается к ним «иногда» или «редко»). Перечислим тематику запомнившихся статей с учетом частоты упоминания: косметика и парфюмерия, модные тенденции, проблемы здоровья и здорового обра-

за жизни, любовные отношения, воспитание детей, путешествия, кулинария и культура питания, рукоделие. Пятая часть сумевших вспомнить тематику статей продемонстрировала разнообразие познавательных вкусов. Упоминались следующие темы: золотодобыча на Аляске, проблема изнасилования, работающие женщины, жизненные стратегии, КГБ, проблемы Галактики, сотворение и эволюция, новые книги и фильмы, социальные эксперименты, проблемы дикой природы, вред планете Земля, который наносит население; достопримечательности Воронежа и др.

Мы предложили респондентам представить, что они просматривают содержание одного из глянцевых журналов, и проранжировать, какой раздел заинтересует их в первую очередь. Подтвердился факт главенства «Красоты» и «Моды». Кроме того, был выделен раздел «Путешествия».

Менее одной пятой части молодых женщин полагает, что глянцевые журналы помогают им лучше ориентироваться в жизни. В большинстве случаев это ориентиры в сфере красоты и моды. Приведем оригинальные высказывания: «одеваться лучше по моде», «разбираться в одежде», «понимать сочетание вещей», «лучше понять, где и что можно купить», «быть в тренде», «быть стильной и современной», «выглядеть хорошо и чувствовать себя уверенно», «знать новые тенденции в моде», «изучить прически» и т.п. Упомянулась и помощь в жизненных ситуациях, например, «можно узнать много полезных тем для

девушек в одном журнале, что дает обзор различных ситуаций, которые актуальны именно сейчас». В единичных случаях акцентировалась информация о местах отдыха, путешествиях, странах и городах.

Примерно треть опрошенных использует в жизни рекомендации, которые предлагают журналы, а более половины применяет в речи «модные» слова и выражения, характерные для глянца (фэшн, мейкап, тренды, селебрити, гламурная жизнь, глэм-рок, бьюти-продукт и т.д.).

Недостаточным в глянце, по мнению респондентов, является следующее (см. табл. 9).

Таблица 9

Чего не хватает молодым женщинам в глянцевых журналах, %

Не хватает...	%
Ориентации на реальную жизнь читателей, а не на роскошь	24,5
Интересных и умных статей	22,9
Подборки одежды с более реальными ценами для потребителя	17,3
Подарков, пробников косметики	12,8
Оригинального содержания информации	11,0
Психологических тестов	10,1
Другое	1,4

Как видно, в оценках коммуникативных стратегий выделяются две большие группы потребителей информации глянцевых журналов. Более половины молодых женщин отмечает ориентацию журналов на демонстрацию богатства и изъявляет желание получать подарки и пробники косметики. В то же время известно, что глянец позиционируется именно на платежеспособную аудиторию. 44% опрошенных не хватает содержательной информации: интересных и умных статей, оригинальных сюжетов, психологических тестов. Стоит сопоставить эти выводы с материальным положением участниц опроса: не ощущают никаких материальных ограничений лишь 7,7% опрошенных молодых женщин г. Воронежа.

Целесообразно, помимо типичных характеристик, описать конкретные случаи. Сначала проиллюстрируем представления двух респондентов старшей возрастной группы (27—30 лет) с высшим образованием. Для одной из них в жизни важно все, «причем в равной степени» и образование, и семья, независимость и материальная обеспеченность, а также комфорт. К «глянцу» она приобщилась после школы, так как хотела сформировать свой собственный стиль, научиться разбираться в моде. Соответственно, в то время она обращалась к таким журналам часто, а затем появились другие интересы. На ее взгляд, глянцевым журналам не хватает «морали: некоторые статьи просто удивляют, как будто специально подталкивают к сомнительным приключениям». У другой молодой женщины свободного времени мало, поэтому она занимается тем, «что успеет». Она покупает журналы, так как в них есть полезная информация, например, в журнале «Бурда» нашла выкройку детского сарафа-

на. Эта участница утвердительно ответила на вопрос об использовании рекомендаций: советов по шитью и рецептуре, утверждая, что в глянцевых журналах «есть все и даже больше, чем нужно».

Две другие участницы исследования относились к средней возрастной группе (23—26 лет). Одна из них, со среднеспециальным образованием, главной ценностью считает «саму жизнь, а не существование». Она редко просматривает глянцевые журналы, так как Фрейд «цепляет больше». В свободное время предпочитает спать, слушать музыку и рисовать. Ей не нравятся глянцевые журналы, однако она запомнила информацию «о мутации гена, про семь степеней окисления плутония и заморозке нервов больных мигренью». В содержании глянца ее может заинтересовать наука, психология и кроссворды. В качестве недостатка акцентирует отсутствие «логики и разумности заполнения». Другая молодая женщина, с высшим образованием, главным считает «быть счастливой и получать удовольствие, что включает создание хорошей семьи, хорошее образование и бытовую устроенность». Глянцевые журналы она просматривает иногда «ради интереса, для общего сведения, обращаясь к рубрикам экспертов». Кое-что из рекомендаций она принимает во внимание. Запомнилась информация о путешествиях, горнолыжных курортах, местах отдыха.

Итак, исследование выявило, что продвигаемые в глянцевых журналах идеи имеют явные точки соприкосновения с главными смысловыми ориентациями молодых женщин г. Воронежа: концепты гламурной субкультуры охватывают явления материального благополучия, гедонизма, моды и бренди-

рования. Триада «красота — мода — знаменитости» оказалась самой запоминающейся тематикой в журналах, а интерес к разделам «Красота», «Мода», «Путешествия» — приоритетным. Вместе с тем взаимодействие с глянцем порождает у молодых женщин когнитивный диссонанс. С одной стороны, их информационные ожидания связаны с такими важными аспектами жизни, как здоровье и семья, им не хватает интеллектуальной насыщенности содержания, с другой — журналы используются главным образом для пустого времяпрепровождения и развлечения, а в структуре досуга физкультура и спорт занимает незначительное место.

Коммуникативные стратегии глянцевого журналов представляются молодым женщинам проблемными в части распространения предрассудков о внешности и поведении женщины, трансляции мифических идеалов. Звучит призыв к более реалистичной информационной политике, основанной на адекватных социально-экономических характеристиках аудитории. Однако ценится информация об уверенной в себе женщине и ее стиле жизни, контекст эффекта социальной психотерапии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гут В. В. Механизмы социальной перцепции глянцевого журналов: автореф. дисс. ... канд. психол. наук / В. В. Гут. — Тюмень, 2013.
2. Долгова Ю. А. Социальный феномен глянцевого журналов в культуре потребления молодежи: автореф. дисс. ... канд. социол. наук / Ю. А. Долгова. — Саратов, 2011. — URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnyy-fenomen-glyantsevyh-zhurnalov-v-kulture-potrebleniya-molodezhi> (дата обращения: 21.11.17).
3. Гудова М. Ю. Женские глянцевые журналы: хронотоп воображаемой повседневности / М. Ю. Гудова, И. Д. Ракипова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та. — 2010.
4. Ромаха О. В. Потребительский сектор глянцевого журналов / О. В. Ромаха, А. А. Слепцова // Аналитика культурологии. — 2009. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskiy-sektor-glyantsevogo-zhurnala> (дата обращения: 21.11.17).
5. Российский рынок журналов: состояние и перспективы. — URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/channels/2016/08/15/135772.phtml> (дата обращения: 21.11.17).

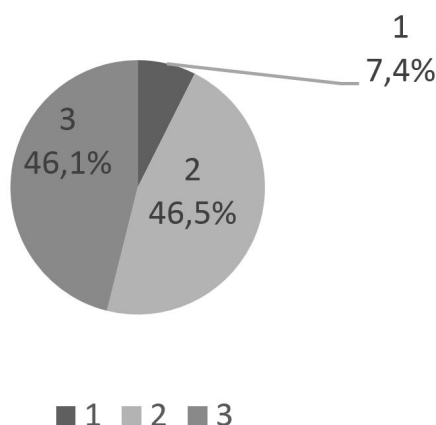


Рис. 1. Частота чтения или просмотра глянца молодыми женщинами, %.
1. Регулярно. 2. Иногда. 3. Редко.

Воронежский государственный университет
Красова Е. Ю., кандидат исторических наук, доцент
кафедры рекламы и дизайна
E-mail: kelan20042004@mail.ru

Морозова К. С., студент 4 курса исторического факультета ВГУ
E-mail: christinka02@mail.ru

Voronezh State University
Krasova E. Yu., Candidate of Historical Sciences, Docent
of the Advertising and Design Department
E-mail: kelan20042004@mail.ru

Morozova C. S., Student of the History Faculty, 4 course
E-mail: christinka02@mail.ru

ПОДГОТОВКА МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ В ВГУ (1961—2018 ГГ.)

Л. Е. Кройчик, В. В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 9 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье рассказывается об открытии отделения журналистики на филологическом факультете, а затем — самостоятельного факультета журналистики в ВГУ, о сегодняшнем дне этого центра подготовки специалистов для медиасферы.

Ключевые слова: отделение журналистики, этапы развития, инфраструктура факультета журналистики, направления и специальности высшего образования.

Abstract: the article describes the opening of the Department of journalism at the faculty of Philology, and then — an independent faculty of journalism at the University, about today's training center for media professionals.

Keywords: Department of journalism, stages of development, infrastructure of the faculty of journalism, directions and specialties of higher education.

В 1959 г. для группы выпускников историко-филологического факультета ВГУ, которые затем были направлены на работу в редакции районных газет Воронежской и Белгородской областей, прочитали специальный курс «Газетное дело». Он включал в себя сведения по оформлению газетных полос, по проблематике и жанрам публицистики — занятия проводили сотрудники областных газет «Коммуна» и «Молодой коммунар», а также представители сектора печати обкома КПСС. Многие из тех, кто с лета осени 1959 г. начал работать в редакциях, надолго связали свою судьбу с практической журналистикой.

Официально же подготовка журналистских кадров в Воронежском государственном университете началась осенью 1961 г., когда по решению Министерства высшего и среднего образования на филологическом факультете было создано заочное отделение журналистики, принявшее первые 25 человек. Это был чрезвычайно смелый и ответственный шаг, но ректору ВГУ тех лет профессору Борису Ивановичу Михантьеву смелости и решительности было не занимать: университет в начале 1960-х гг. активно развивался — в частности, были открыты юридический факультет и факультет романо-германской филологии; физико-математический факультет был разделен на два — физический и механико-математический; появились новые специальности «Геофизика», «Биофизика», «Химия полупроводников», «Радиофизика и радиоэлектроника» и др.

Специфика молодого отделения журналистики заключалась в том, что это была единственная творческая специальность в классическом университете, потребовавшая особой организации учебного процесса. Основная нагрузка по созданию отделения

легла на пришедших в университет В. В. Ситенко и Г. В. Антюхина. Они же читали основные теоретические курсы по новой специальности. Для проведения практических занятий были привлечены опытные журналисты «Коммуны» Б. Ф. Подкопаев, Ф. Н. Сурин, С. В. Погребенченко. В 1963 г. в штате отделения появился Л. Е. Кройчик, в 1964-м — М. И. Стюфляева. Эти преподаватели составили ядро секции журналистики, из которой впоследствии выросли все учебно-методические структуры будущего факультета.

Секция работала в составе кафедры истории советской литературы, которой руководила в те годы доцент Н. В. Соколова (заведующий кафедрой А. М. Абрамов находился в докторантуре). Следует подчеркнуть, что филологи не формально отнеслись к новорожденному отделению, и неслучайно уже в первые годы набор в группы журналистов вырос с 25 до 50, а затем и до 75 человек, составивших три академические группы.

На заочное отделение журналистики принимали в то время лишь лиц, имеющих двухлетний стаж практической работы или службы в Вооруженных силах. Предпочтение при этом отдавалось штатным сотрудникам средств массовой информации. Отделение журналистики ВГУ готовило корреспондентов для районных газет, которые испытывали огромный кадровый голод. Зона обслуживания — Центрально-Черноземный регион. Это обстоятельство обусловило качественные параметры контингента сотрудников-заочников, основу которого составляли целевики — посланцы районных и городских редакций близлежащих к Воронежу областей. Среди первых студентов — сотрудники «районок», многотиражек, теле- и радиостудий А. Тарарыкова, И. Петров, И. Грачев, Э. Абросимов, Г. Карабач, Я. Шейхет, В. Пирогов. Были и военные политработники — Ю. Загородний, В. Малых, Ю. Крангач. По своему возрасту

и жизненному опыту (например, Юрий Константинович Крангач — полковник авиации, заместитель начальника Балашовского авиационного училища, был участником Великой Отечественной войны) они иной раз превосходили своих преподавателей.

Важным этапом на пути к созданию самостоятельного факультета стало образование в 1967 г. кафедры журналистики, которую возглавил Б. В. Кривенко, которому впоследствии выпала доля стать «первооткрывателем» еще двух кафедр — истории журналистики и журналистского мастерства, практической стилистики и литературного редактирования. К моменту открытия кафедры журналистики отделение накопило определенный опыт: первые выпускники (1967 г.) в качестве дипломированных специалистов уже работали в СМИ Черноземья. Молодая кафедра в свою очередь пополнилась новыми сотрудниками: филологи делегировали Е. Г. Мущенко, В. А. Свительского, М. А. Шлыкову. Всю техническую работу на отделении выполняла Л. В. Данилюк.

Молодое отделение работало без рекламаций. Его выпускники постепенно начали занимать ключевые посты в редакциях районных газет. Так, к 1968 г. только в Воронежской области редакторами районных газет работало 10 выпускников ВГУ — в Терновке, Богучаре, Россоши, Нижнедевицке, Рамони и т.д.

По инициативе кафедры были организованы вечерние занятия для студентов-воронежцев. Г. В. Антюхин открыл научный кружок по истории местной печати. Силами его участников был создан Музей истории печати Воронежского края, и за эту работу большая группа студентов-заочников получила грамоты Министерства образования. К концу 1960-х гг. сложились целые научные направления: история местной печати (Г. В. Антюхин), поэтика публицистики (М. И. Стюфляева), функциональный стиль массовой коммуникации (Б. В. Кривенко).

Таким образом, в первый — *начальный* — период подготовка работников прессы проходила в рамках отделения журналистики филологического факультета, что позволило дать студентам серьезную гуманитарную базу с акцентом на публицистическом творчестве. Найдена была официальная ниша: подготовка корреспондентов для местных СМИ Центрально-Черноземного региона. Студенческий контингент составляли посланцы районных и городских редакций близлежащих к Воронежу областей.

Следующий — *второй этап* — связан с открытием в 1968 г. и последующим развитием дневного отделения, укреплением кадрового состава журналистами-практиками: Э. А. Худяковой, В. Г. Кулиничевым, А. Т. Смирновым. Вовлечению студентов — вчерашних школьников — в творческий процесс способствовало создание проблемных групп, участники которых работали над изданиями, посвященными истории ВГУ. В 1975—88 гг. вышло пять книг, авторами которых являлись студенты: «Универси-

тет в солдатской шинели», «Рожденный революцией», «Была бы Родина», «Интернациональная радуга ВГУ», «Университетская площадь».

В 1974 г. кафедру журналистики возглавил приехавший из Алма-Аты профессор Г. В. Колосов — крупный ученый, один из первопроходцев в изучении СМИ как средств массовой коммуникации. Став заведующим кафедрой, Г. В. Колосов, во-первых, предложил готовить кадры не только для районных, но и для областных газет, а во-вторых, провозгласил курс на расширение «зон обслуживания» отделения, включив в нее, помимо Черноземья, также регионы Центральной России, Среднего и Нижнего Поволжья. Еще одним важным шагом, предпринятым им, стал переезд отделения в здание бывшей средней школы на Пушкинскую, 16. Решение это носило стратегический характер: оно означало, что отделение начинает по существу самостоятельную жизнь. Переезд позволил заметно расширить и развить материальную базу факультета: были созданы телестудия и фотолаборатория, начала выходить учебная газета «Журналист», был образован филиал зональной научной библиотеки ВГУ, сориентированной на обслуживание студентов-журналистов.

Заметно увеличилось количество студентов-иностранцев, обучающихся на отделении. Если в первые годы (студенты-иностранцы появились в 1968 г.) на каждом курсе было не более 2—3 человек, то в середине семидесятых их число вырастает до 17—20. Преимущественно это представители развивающихся стран Азии, Африки, Латинской Америки.

Осуществив первый прием в аспирантуру, отделение начало готовить кадры для себя. Открывается новая кафедра — истории журналистики и журналистского мастерства (первоначально ее возглавляет Б. В. Кривенко, а после защиты докторской диссертации в том же году — Г. В. Антюхин).

Наконец, в 1985 г. создается факультет журналистики — тринадцатый по счету в ВГУ (декан — Г. В. Колосов). На кафедрах уже успешно работают выпускники отделения журналистики. Приходят Л. И. Дзэконова, А. А. Андреева, Л. Г. Люличева, Н. Н. Козлова, В. В. Гаг, Т. Ф. Лапик.

В 1987 г. открывается еще одна кафедра — практической стилистики и литературного редактирования, которую возглавила доцент С. А. Гостеева. Через год факультет переезжает в новое здание, получая в свое распоряжение просторное помещение на ул. Хользунова, 40-а. В 1989 г. деканом был избран доцент Л. Е. Кройчик, являвшийся к этому времени и заведующим кафедрой истории журналистики.

Складывается современная инфраструктура факультета: фотостудия, класс машинописи, компьютерный класс, радиостудии. Расширяется филиал библиотеки с читальным залом. Создается воскресная школа для работы с абитуриентами по программе творческого конкурса. Совершенствуется учебный

план. В результате бурных дискуссий, в которых — дань времени — активное участие принимают студенты, в учебном процессе появляются творческие студии, свободное посещение лекций для старшекурсников, курсы по выбору студентов, три специализации — газетная журналистика, радио- и тележурналистика, реклама и паблик рилейшнз.

В 1994 г. деканом факультета становится доцент В. В. Тулупов. С этого времени ведет отсчет *третий этап* функционирования факультета, который можно назвать этапом зрелости, отмеченным дальнейшим укреплением инфраструктуры, расширением спектра специальностей и специализаций, имеющих отношение к медиасфере, освоением современных, в том числе компьютерных технологий, развитием издательской деятельности.

В эти годы открыты четыре новые кафедры, включая кафедру в Старооскольском филиале ВГУ, факультет начинает подготовку кадров еще по двум специальностям — «Реклама» и «Связи с общественностью». Создаются компьютерные классы, интернет-центр, типографическая лаборатория, укрепляется материально-техническая база теле- и радиостудий, фотолаборатории.

В 1998 г. начинает действовать Академия наук региональной печати России, президентом которой избирается профессор Г. В. Антюхин. В составе Академии пятнадцать видных ученых из нескольких регионов страны, специализирующихся в изучении местной прессы.

Расширяется бюджетный набор: факультет принимает по 36 человек на ОДО и ОЗО; появляются бюджетные места и на новых специальностях («Реклама», «Связи с общественностью») — по 12 человек на ОДО и ОЗО. Растет число студентов-контрактников (до 100 человек на курсе). Открываются бакалавриат и магистратура для иностранных граждан.

В 2000 г. факультет журналистики ВГУ возглавил региональную секцию Центральной и Черноземной России НМС по журналистике, что позволило сделать еще более тесными учебно-методические научные связи между родственными факультетами. Региональное УМО (председатель — В. В. Тулупов, секретарь — Е. М. Бебчук) взяло на себя функции методического центра для вновь созданных отделений

и факультетов журналистики в Орловской, Курской, Тамбовской, Белгородской, Ивановской, Калининской, Саратовской и др. областях.

В настоящее время на факультете 6 кафедр, осуществляющих образовательный процесс на пяти направлениях и специальностях (в 2013 г. было открыто направление «Телевидение», в 2016 г. — специальность «Военная журналистика»).

На факультете активно занимаются наукой. С 2003 г. работает Совет по защите кандидатских и докторских диссертаций (научная специальность 10.01.10 — журналистика). Ежегодно проводятся всероссийские научные конференции преподавателей — исследователей массовой коммуникации, а также аспирантов и студентов. С 1996 г. на факультете выходит научно-практический альманах «Акценты. Новое в массовой коммуникации», на страницах которого публикуются труды как ученых ВГУ, так и коллег с факультетов и отделений журналистики России. С 2004 г. выходит серия «Филология. Журналистика» «Вестника ВГУ», входящего в список рецензируемых изданий ВАК. Сегодня на факультете также функционируют редакции нескольких продолжающихся изданий («УМО-регион», «Современные проблемы журналистской науки», «Актуальные проблемы телевидения и радиовещания», «Былое и мы», «Практика», «Бюллетень лаборатории региональной журналистики») и редакции студенческих СМИ (городской студенческий интернет-портал «5 сов», городская детско-юношеская газета «Сорок-А», факультетская газета «Третий глаз»).

В рамках довузовской профессиональной ориентации школьников работают Школа юных журналистов (8—10 классы) и Воскресная школа журналистики (11 класс). С 1993 г. проходит региональная олимпиада старшеклассников по журналистике в виде телевизионного конкурса «Проходной балл».

Развивая профессиональное и международное сотрудничество, факультет журналистики по-прежнему верен главному принципу журналистского вузовского образования: сохранение традиции сочетания фундаментальной гуманитарной и прикладной — инструментальной — подготовки студентов с инновационным подходом к обучению бакалавров, магистров и аспирантов в сфере массовой коммуникации.

Воронежский государственный университет

Кройчик Л. Е., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики и литературы

E-mail: husjourvsu@yandex.ru

Тулупов В. В., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики

E-mail: vlvtul@mail.ru

Voronezh State University

Kroychik L. E., Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of the History Journalism and Literature Department

E-mail: husjourvsu@yandex.ru

Tulupov V. V., Professor, Doctor of Philology, Head of the Advertising and Design Department, the Dean of the Faculty of Journalism

E-mail: vlvtul@mail.ru

ЛИБЕРАЛЬНЫЕ И ЛЕВЫЕ СИЛЫ РОССИИ НА РУБЕЖЕ XIX—XX ВВ. (ПО СТРАНИЦАМ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ)

Е. В. Курбакова, О. Г. Савка

Московский технологический университет

Поступила в редакцию 19 января 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается формат сотрудничества и соперничества либеральных и левых политических сил России на протяжении полувека вплоть до эпохальных событий 1917 года.

Ключевые слова: либерализм, левые политические силы, формат сотрудничества и методика преемственности идеологической работы.

Abstract: the article looks at the format of cooperation and rivalry between the liberal and left-wing political forces of Russia through a half a century before the epoch-making events of 1917.

Keywords: liberalism, leftist political forces, the format of cooperation and the methodology of continuity of ideological work.

Несмотря на очевидную поляриность правого и левого лагерей в событиях начала XX в., либеральные силы — левый фланг «правых» — уже на самом раннем этапе ведения легальной работы за «освобождение» открыто заявили о своем союзе с социалистами. Накануне открытия избирательной кампании во Вторую думу один из основателей конституционно-демократической партии В. Набоков в ноябре 1906 г. писал: «...программные разногласия между нами и нашими левыми товарищами совершенно отступили на задний план» [1, 2000.]. Что же было на «переднем плане» у кадетов и их левых «товарищей»? Что могло их объединять?

Цель сотрудничества была одна: изменение жизни в России для того, чтобы восторжествовала «народная свобода». Но понимание свободы, путей и средств ее достижения было разным. Лидеры одних группировок настаивали на воцарении конституционного строя с сохранением монархии, другие являлись приверженцами диктатуры пролетариата. Одни полагали необходимым дать движение реформистским процессам, другие утверждали необходимость обобществления средств производства революционным путем. Одни провозглашали необходимость ведения войны до победного конца, другие призывали пролетариев всех стран соединяться для борьбы с общим врагом — империализмом. Иначе говоря, целью каждой политической силы было получение власти, и на пути к этой цели помощь тех, кто был противником самодержавия, не представлялась лишней. И чтобы не оказаться «страшно далекими от народа», либералы стремились приблизиться к нему вместе с представителями любых политических группировок, кроме монархистов. Они полагали, что на фоне радикальных идей социал-

демократов тезисы их собственной программы будут являть больше жизненной силы и завоеуют все большее число сторонников установления «народной свободы» в России посредством заимствования достижений буржуазно-демократических политических режимов европейских стран. Однако реализация стремления либеральных деятелей к «построению в России гражданского общества и правового государства эволюционным путем» [2, 6] привела к осуществлению грандиозной идеологической работы деструктивного характера.

Разрушительные идеологические процессы были запущены в России за полвека до Февраля и Октября 1917 г., и у их истоков стояли не «левые» силы, а левый фланг «правых» сил. Их родственность была неочевидной, но на русской почве вполне органичной: Петром Струве, радевшим за объединение усилий конституционно-демократических и социал-демократических политических группировок в борьбе с царизмом, в марте 1906 г. было отмечено, что «фактически русская с.-д. является в гораздо большей степени фракцией интеллигентской, чем рабочей» [3, 202]. Другими словами, расшатывать основы государственного строя в России начали либералы, а радикальные левые силы лишь переняли у них эстафету.

Шатание в умах и «расшатывание» ситуации в стране начиналось с 1860-х гг. вполне невинно, но масштабно. Публикации прессы весьма наглядно демонстрируют противостояние представителей интеллигенции властным структурам разного уровня. «Прошу у Вас, почтенный читатель, извинение, во-первых, в том, что представил вам фельетон не в том виде, в каком желал, — в этой стилистике обратил к читателям «Нижегородского ярмарочного справочного листка» публицист, пожелавший скрыться под псевдонимом, — это случилось по обстоятельствам, совершенно не от меня зависящим,

и потому я обещаю себе писать повнимательнее, не вдаваться в резкие вопросы, разъяснение которых может повести к какому-нибудь серьезному делу, а просто заниматься болтовней, — даже как можно меньше касаться и тушевки — потому что один очень милый и холостой человек нашел прошедший фельетон пошлым и безнравственным. Это — то же, как если б я, например, заметив, что в одном известном здании есть трещина, стал винить в этом строителя оного: употребили неподходящие материалы... ну, и треснуло. Вычеркнули у меня многое — ну, и фельетон с трещиной! Так вы меня не очень браните, читатель, а вместо того, чтоб браниться, поступите вежливее, — не читайте совсем, это для меня и для вас лучше будет. А кому угодно, давайте опять дружески продолжать болтовню» [4, 1]. Смысл приведенного отрывка (начало фельетона), помещенного на первой полосе газеты, позволяет утверждать, что губернский инспектор по делам печати прилагал усилия к правке текста данного автора для предыдущего номера ежедневного «Листка», но в результате этого был «пропечатан» фельетонистом и, как свидетельствуют документы Центрального архива Нижегородской области [5], отставлен губернатором от обязанностей цензора. А «Варварский Пустынник» «варварствовал» из номера в номер. Таким образом, «продолжая болтовню», журналист касался многих аспектов жизни страны и города, а читатель привыкал воспринимать окружающее под призмой этого мертвящего скепсиса: «После долгой разлуки с вами, многоуважаемые читатели, я наконец вновь имею честь предстать пред очи ваши. Прежде всего поздравляю вас с открытием ярмарки. Поздравляю вас от души, тем более что решилась прежняя система раздвоения, что Нижний — больше не Китай. Почему? Сами знаете. Ведь и в Священном Писании сказано «да будет едино стадо и один пастырь». Нижний не только больше не Китай, но, кроме того, он с каждым днем все сильней и сильней прёт в Европу... Позвольте мне познакомить вас с тем, что сделалось у нас нового в ваше отсутствие. Во-первых, отштукатурена часовня подле католической церкви; потом воздвигается новая часовня около сада железной дороги — итого две новых часовни, две новых кладницы, куда вы ежедневно можете вкладывать лепту от избытков ваших. Во-вторых, на ярмарке выстроено много новых корпусов по шоссе; в-третьих, очень красиво отделана биржа, и все это для вас, дорогие ярмарочные жители! Вы увидите во всем заботу о вас. Часовни — это забота о спасении душ ваших; каменные корпуса — забота о предохранении вас от огня; биржа — это забота о том, чтобы сгруппировать вас в одном месте, где бы все торговые сделки ваши вам ничего не стоили. Ведь обыкновенно для этих сделок прежде обращались в трактиры, а там всегда лишняя копейка выйдет

то на чай, то на водку, а то, пожалуй, и на шампанское. На бирже же ни одна сделка гроша не будет стоить...» [6, 1].

Подобный скепсис свободолюбивых мыслителей 1860-х гг. сменился ядовитой иронией 1880-х: «...нелепые распоряжения [Александра III. — прим. Е. К., О. С.] вызывают хохот Европы... Европа ждет, что будет, т.к. продолжение настоящего порядка невозможно. Великий учитель большинства современных социалистов [Карл Маркс. — прим. Е. К., О. С.] за год до своей недавней смерти писал, что «Россия представляет собой передовой отряд революционного движения в Европе» [7, 6—7], — так размышляли социалисты, предпочтя теорию Маркса идеям, жизненная сила которых без малого тысячелетие укрепляла Россию. Чуть позже отрекшийся от своих юношеских экстремистских помыслов Лев Тихомиров вспоминал: «В какую-то реакцию старинному «не рассуждать — повиноваться» нас всех вели по правилу: «не повиноваться — рассуждать». Наши воспитатели решительно не понимали, что первое качество действительно развитого разума есть понимание пределов своей силы и что насколько рассуждение обязательно в этих пределах, настолько оно даже неприлично для умного человека вне их, где именно разум и заставляет просто «повиноваться», искренно, сознательно подчиняться авторитету» [8, 16—17].

Стремление обвинять всех, кто сколько-нибудь явно обозначал озабоченность положением народа, но стремился дать ему свободу не в том объеме и не в те сроки, которые «передовые» общественные силы считали необходимыми, коренилось в народовольческом прошлом русского освободительного движения. «В России не только представители в печати различных бледных оттенков русского либерализма выдвигают на первый план экономические интересы большинства, но еще самые реакционные стремления, самые обскурантские идеи прикрываются маской любви к простому народу, маскою защиты крестьянского мирозерцания и крестьянских интересов», — так по поводу заботы либералов о народе еще в 1883 г. иронизировал Петр Лавров [7, 11]. Однако, отделив подлинных радетелей за народ (социалистов) от либералов, в той же статье Лавров связывает идеи борьбы за социализм с отстаиванием «требований индивидуализма» — что, по существу, есть основа позиции либеральных идеологов: «Справедливость становится реальной задачей в общественном строе, где самое широкое развитие личности и самое полное развитие требований индивидуализма не только не противоречит стремлению солидарности между людьми, но составляет основное условие этой солидарности» [7, 14].

Эклектика взглядов П. Лаврова, выраженная в 1880-е годы посредством сопряжения позиции народовольца-социалиста и защитника интересов

индивидуума, может быть «расшифрована» Л. Тихомировым, «отболевшим» заблуждениями необходимости революционных воздействий на российскую действительность. «Что общего между смиренным либералом и революционными крайностями? — писал он в 1890 г. — Само собой, революционные крайности вытекают не из положительных требований либералов, сами революционеры над ними смеются, как над глупостью и непоследовательностью. Революционные крайности вытекают из общего мирозерцания, которое в одну сторону создает недодуманные до конца, половинчатые, а иногда иезуитские либеральные требования, в другую же — вполне логично и последовательно стремления революционные... Либерал только и мечтает, как бы не додумать до конца. Революционер все спасение ищет в том, чтобы дойти до самого последнего предела. Но судьба обоих одинакова — оба осуждены дойти до противоречия с действительностью, откуда их ничто не может вытащить, кроме реакции» [8, 32—33, 122]. Так, рука об руку, либералы и социалисты «вошли» в революционную эпоху начала XX в.

Партии конституционных демократов, игравшей важнейшую роль в идеологической работе по продвижению процессов либерализации жизни в стране, как и большинству либерально настроенных земских деятелей на «местах», союз с социалистами не представлялся опасным. Пресса конституционно-демократической партии, занявшей в Первой государственной думе самые важные посты, писала о необходимости широкой работы с населением. В «Провинциальном отделе» «Вестника партии народной свободы» регулярно помещалась информация о том, что представители партии выезжали в регионы, знакомили единомышленников со своей программой и были настроены на увеличение численности своих сторонников. Так, в № 18 от 6 июля 1906 г. сообщалось, что «в Нижнем Новгороде членом центрального комитета к.-д. партии Колюбакиным был сделан доклад на тему «Государственная дума и ее тактика». Начав с характеристики тех общественных сил, которые до сих пор участвовали в освободительном движении, докладчик подчеркнул, что лишь путем совместной дружной работы левых партий в думе можно добиться благоприятного исхода освободительной борьбы». В том случае, если сторонники либеральной общественности будут смущены «отсутствием в нашей программе [программе конституционно-демократической партии. — прим. Е. К., О. С.] прямых указаний на социалистическую доктрину как на руководящее начало программных построений, этим лицам, не разглядевшим леса из-за деревьев, придется указать на заключительные строки брошюры А. Чупрова «Конституционно-демократическая партия и социализм» [9, 2080]. Известный экономист и статистик кадет А. Кауфман в обзоре, касающемся формата деятельности левых

сил в масштабе общей освободительной работы в России, ссылаясь на то, «как учила социал-демократия в конце 1860-х гг.» [10, 1798], видя в этом принятые общие положения программного характера.

Начиная с 1906 г., коалиция левого лагеря правых сил с социалистами реализовывалась, в частности, в том, что партия кадетов «в блоке с социал-демократами издавала «Симбирскую народную газету». И когда П. Струве в ноябре 1906 г. заявлял: «...в нашей партии могут быть и работать убежденные социалисты», а «доктринальному социализму», который «громко провозглашает отрицание принципа частной собственности, должно и может быть противопоставлено понимание реально-политическое, живое и жизненное» [11, 8], — эти тезисы идеолога конституционных демократов воспринимались подчас как программные положения социалистов, «реально-политически» борющихся за национализацию частной собственности без учета интересов индивидуума в целях благополучия социума как единого организма.

Февральская революция 1917 г., в результате которой либеральные силы России пришли к власти в стране, только укрепила их союз с социалистами. В ситуации хаоса в России накануне выборов в местные органы власти летом 1917 г. партия кадетов позиционировала себя как политическую силу, отстаивавшую самые широкие права всех слоев населения. Так, в передовой статье первого номера нижегородской газеты «Народная свобода» от 26 апреля значилось: «Созываемое через всеобщее прямое, равное и тайное голосование всех граждан без различия национальности, веры или пола, Учредительное собрание должно прежде всего определить образ правления страны. Партия народной свободы считает, что в России должно установить полное народоправство, демократическую парламентарную республику. Это значит, законодательная власть должна принадлежать народному представительству (Государственной думе), а во главе исполнительной власти должен стоять президент республики. Он избирается на определенный срок народным представительством и управляет страной через посредство ответственного перед народным представительством министерства». Но партия кадетов уже не смогла победить в предвыборной борьбе на местах, поскольку проиграла идеологическое противостояние громкой и радикальной программе левых.

Идеологи левых с легкостью находили доказательства того, что либеральная общественность лишь надевает маску союзника и доверять ей не стоит: «В области промышленности во время контрреволюции 1907—1914 гг. родился и сформировался финансовый капитал, — писал Бухарин. — Вместе с финансовым капиталом возникла и новая доселе невиданная формация империалистической буржуазии, политической выразительницей которой стала

так называемая «партия народной свободы». Прежняя либеральная оппозиция, опиравшаяся на технически прогрессивную буржуазию, превратилась в партию воинствующего империализма, добродушный либеральный профессор с народническими симпатиями, вроде старика Чупрова или Каблукова, — в злобно-го защитника великодержавности». Стремящаяся к власти партия большевиков ни с кем не желала делить вожаденную ими власть и утверждала, что после событий 1905 г. все призывы к гражданскому согласию со стороны либералов стали являть не что иное, как «империалистски-патриотическое кликушество» [12, 15].

Один из видных идеологов социализма А. Богданов писал о либералах: «Во главе их движения шла несомненно просвещенная, интеллигентная буржуазия — ученые, писатели, адвокаты, образованные капиталисты. Старый порядок лежал на них тяжелым гнетом, и они становились на сторону освободительных стремлений» [13, 6—7]. Насколько тяжелым был этот «гнет» и в чем со стороны либералов состояли «серьезные основания быть недовольными самодержавием чиновничества и желать иных, более свободных порядков» [14, 10], автор не объяснял, ибо эти объяснения сделали бы очевидным полярный характер обвинений власти либералами и социалистами.

Политические установки либеральных и левых сил являют собой два противоположных полюса, на одном из которых — первостепенное внимание к отстаиванию интересов личности, на другом — государства. В то время как либеральные ценности сосредоточены в примате экономической и интеллектуальной свободы индивидуума, платформа левых сил зиждется на коллективистских идеалах. Либеральная идеология выражается в защите прав личности на основе плюрализма и высокой гражданской ответственности человека, идеология левых сил — в нивелировании личности с целью достижения «всеобщего равенства». Добившись того, чего хотели, представители «правлящего класса, политического истеблишмента» были довольны Февральской революцией семнадцатого года. И вдруг неприятное открытие. Выяснилось, что они в России не одни» [15, 8] — радикальные левые ста-

ли овладевать массами посредством использования более резких, чем либеральные, идей и призывов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Набоков В. Тактические задачи партии к.-д. / В. Набоков // Вестник партии Народной свободы. — 1906. — 23 ноября. — № 38.
2. Егоров А. И. Отечественная историография русского либерализма начала XX в.: автореф. дис. ... докт. ист. наук / А. И. Егоров. — Череповец, 2010.
3. Струве П. Рабочие и конституционно-демократическая партия / П. Струве // Вестник партии Народной свободы. — 1906. — 19 марта. — № 4.
4. Варварский Пустынный. Нижний Новгород // Нижегородский ярмарочный справочный листок. — 1866. — № 5.
5. Центральный Архив Нижегородской области. — Ф. 2. — Оп. 5. — Д. 150. — Л. 1, 2, 5.
6. Варварский Пустынный. Нижний Новгород // Нижегородский ярмарочный справочный листок. — 1868. — № 3.
7. Лавров П. Задачи социализма / П. Лавров // Вестник народной воли. — Женева: Вольная русская типография. 1883. — ноябрь. — № 1.
8. Тихомиров Л. А. Начала и концы. «Либералы» и террористы / Л. А. Тихомиров. — Москва: Унив. тип., 1890.
9. Родионов Л. Формы партийной работы в провинции / Л. Родионов // Вестник партии Народной свободы. — 1906. — 30 ноября. — № 39.
10. Кауфман А. А. Объединительный съезд и аграрная программа социал-демократической партии / А. А. Кауфман // Вестник партии Народной свободы. — 1906. — 5 ноября. — № 35.
11. Струве П. Идеи основы партии народной свободы / П. Струве // Вестник партии народной свободы. — 1906. — 10 ноября. — № 36.
12. Бухарин Н. И. От крушения царизма до падения буржуазии / Н. И. Бухарин. — Харьков: Кн-во «Пролетарий». — 1923.
13. Богданов А. А. Либералы и социалисты / А. А. Богданов. — Женева: РСДРП. — 1904.
14. Богданов А. А. Либералы и социалисты (Рабочая библиотека; № 2) / А. А. Богданов. — Санкт-Петербург: кн-во «Луч», 1905.
15. Млечин Л. «Каждый день я буду пьяный!»: революция вынесла на поверхность худших / Л. Млечин // Московский комсомолец, 2017. — 5 мая. — № 27387.

Московский технологический университет
Курбакова Е. В., доктор исторических наук, доцент,
профессор кафедры истории России и права
E-mail: art.s@list.ru

Савка О. Г., кандидат исторических наук, профессор кафедры истории России и права
E-mail: olga-savka@mail.ru

Moscow Technological University
Kurbakova E. V., Doctor of Historical Sciences, Associate
Professor, Professor of the Russian History and Law Department
E-mail: art.s@list.ru

Savka O. G., Candidate of Historical Sciences, Associate
Professor, Professor of the Russian History and Law Department
E-mail: olga-savka@mail.ru

РОССИЯ И СЛАВЯНСКИЙ МИР В ПУБЛИЦИСТИКЕ БОРИСА НИКОЛАЕВСКОГО

Т. В. Лебедева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 17 декабря 2017 г.

Аннотация: в статье анализируются публицистические произведения журналиста Б. И. Николаевского периода эмиграции, посвященные проблемам взаимоотношений России с государствами Запада. Подчеркнута роль России в европейской истории.

Ключевые слова: Б. И. Николаевский, российская эмиграция, публицистика русского зарубежья.

Abstract: articles of B. I. Nikolajevsky are devoted to contacts between Russia and countries of the West. The author stressed the Russian role in the European history.

Keywords: russian emigration, russian emigration publicist.

Борис Иванович Николаевский родился 20 октября 1887 года в башкирском городе Белебей в семье священника. Рано увлекся политикой и начал публиковаться в газетах. После Октябрьской революции был членом Учредительного собрания, участвовал в его Уфимском совещании, был кооптирован в члены ЦК партии эсеров и вскоре выслан из России. Поселившись в Париже, Николаевский регулярно печатается в «Русских записках» и «Современных записках». В основном это были небольшие рецензии, корреспонденции о литературных выставках и вечерах. С начала творческой деятельности Николаевский собирает автографы писателей, записки, письма, формируя собственный литературный архив. Он трепетно относится к документам и переживает по поводу того, что многие документы частных архивов в советской России могут быть уничтожены. В этом отношении интересна его статья «Из переписки деятелей пушкинской эпохи (Неизданные материалы из архива Ф. В. Булгарина)». В начале статьи автор соглашается с общепринятым мнением, что его герой «имеет в литературе малозавидную репутацию. Современниками было сложено на него много злых эпиграмм, — наиболее острые из них пристали к нему, как не отмываемые временем клейма» [1, 453]. Автор замечает, что такие оценки вполне соответствуют тому, что мы сейчас знаем о Булгарине, — за период расцвета его деятельности при Николае Первом. Но до 14 декабря 1825 года эти качества никак не проявлялись. Он дружил с Грибоедовым, Рылеевым, братьями Бестужевыми, Кюхельбекером, Федором Глинкой, братьями Тургеневыми, Полевым. «Даже Пушкин, в отношениях которого к Булгарину всегда имелся элемент какого-то почти органического недоверия,

временами, хотя и без большой охоты, — тоже заносил его в списки своих друзей» [1, 453].

Разумеется, Николаевский сообщает всё это читателям не для того, чтобы хоть как-то обелить фигуру человека, активно сотрудничавшего с пресловутым «третьим отделением», писавшим доносы на своих друзей. Оказывается, он переписывался со многими из них и эти письма хранил. Архив находился в имении Булгариных под Дерптом. Автор статьи тревожится по поводу того, как бы этот архив не исчез, как пропал в революционные годы сожженный в печке архив Бенкендорфа под Ревелем. Автор говорит и о других ценных архивах любителей русской словесности за рубежом, как, например, большое собрание писем и эпиграмм поэтов пушкинской поры, хранившееся в Берлине у потомков поклонника русской поэзии К. А. Варнгагена фон Энзе.

Николаевский обращается к теме важности сохранения и изучения архивов неоднократно. В том же 1939 г. в «Русских записках» он публикует статью «Архив Михаила Драгоманова», вокруг имени которого и его литературно-политического наследства велась ожесточенная политическая борьба, что мешало научной трактовке его взглядов. Автор приветствует издание Украинским научным институтом в Варшаве драгомановского архива, первый том которого содержит 130 писем, отправленных и полученных Драгомановым, в которых обсуждался вопрос о связи украинского и русского языков. Он замечает, что научные споры восточных славян о языке сильнее политических: «Галицийское украинство и тогда было антирусским, придерживалось австрийской ориентации» [2, 201]. Драгоманов доказывал, что «русский литературный язык является продуктом общей творческой работы, как великороссов, так и малороссов, и что в создании его роль украинца Гоголя была не меньшей, чем роль великоросса Пушкина» [2, 201].

Автор считает анализируемое издание одной из наиболее ценных публикаций по истории общественного движения в России и на Украине и выражает надежду на скорейший выход остальных томов.

Когда фашисты заняли Париж, рядом с Николаевским поселился эсесовский офицер, прикинувшийся интеллигентом, любителем истории, но при первом удобном случае укравшим весь огромный архив. Журналисту удалось уехать в Америку, где он снова собирает весьма солидный архив по истории русского освободительного движения, литературе и другим интересующим его вопросам.

В Соединенных Штатах он сразу же начинает активно сотрудничать с создающимся на его глазах «Новым журналом». С тех пор творчество публициста связано именно с этим изданием.

Во время Второй мировой войны Николаевский постоянно писал о том, что странам надо объединяться для совместной борьбы с фашизмом, и в первую очередь — братским странам, славянским. С этой точки зрения интересна статья «За вашу и нашу волю» с подзаголовком «Страницы истории советско-польских отношений». Он пишет, что «на протяжении веков пути народов русского и польского скрещивались и переплетались. В течение целого столетия им вообще пришлось жить под общей государственной крышей. Это был «не равный брак», не добровольный союз народов» [3, 252]. Автор подробно анализирует произведения польских и русских авторов на эту тему и отмечает, что в свое время по-своему прав был Адам Мицкевич с его призывом: «Боже, пошли нам войну, которая освободит Польшу», но прав был и его предшественник Станислав Сташиц, заявлявший, что нужна Федерация славянских народов с Россией во главе. Иначе славянам не спастись от порабощения немцами.

К теме славянского братства Николаевскому приходилось обращаться и через несколько лет после войны, когда он вместе с В. М. Зензиновым возглавлял «Лигу борьбы за народную свободу». Статья «Бешенство шовинистов» начинается словами: «То, чем может обернуться для человечества крайний национализм, показал нам Гитлер и его Третий рейх. Казалось, что урок, стоивший десятков миллионов человеческих жизней, не пройдет даром. Но, к ужасу, современники плохо учатся на примерах истории» [4, 198]. Автор считает, что разжигание национальной розни должно караться как преступление против человечности и человечества. Именно под этот параграф преступлений попадает, по его мнению, проповедь ненависти к русским, которой «с усердием и страстью занялись некоторые круги украинской эмиграции» [4, 199]. Он просматривает последние номера таких изданий, как «АБН-корреспондент», «Сучасна Украина», «Украинский вестник», «Украинский самостийник», и приходит к выводу, что в них идет речь не о теоретических и идейных разногласиях

в стане эмиграции, а ведется погромная и античеловеческая пропаганда против русского народа и всего русского. Он выписывает из шовинистических изданий за 1951 г. массу характерных высказываний типа: «Русские — варвары». Не может быть? Как не может быть, когда все черты у русских — гостеприимство народа, обильная еда, красочный колорит одежд, мешанина нежности и жестокости в их обычаях, их эмоциональность — всё это черты варварские» («Украинские вести», 30 августа). «Деспотизм, порабощение народов — чисто русская специальность. Русские — неисправимые империалисты. Русские никогда не были и не будут демократическим народом. Утопить их, проклятых москалей, в их собственной крови не дано, так будем топить их в грязи» («Украинский самостийник», 2 сентября). «АБН — корреспондент» идет еще дальше и призывает «бросать атомные бомбы не на Корею, Киев, Минск, Тифлис, а только на города и головы проклятых москалей» [4, 199].

Борис Николаевский, как руководитель крупной общественной организации, Лиги борьбы за народную свободу, призывает ООН обратить внимание на действия украинских шовинистов. Реакции не последовало. Результаты пожинает сегодня украинский народ.

Национализм, тем более в такой грубой и воинственной форме, был глубоко чужд Николаевскому. Напротив, он симпатизировал людям, стремившимся расширить свое представление о мире, о культуре с помощью путешествий, знакомств и дружбы с людьми разных национальностей. 26 февраля 1944 г. в Париже умер Петр Бернгардович Струве — разносторонний человек, известный политический деятель, сотрудничавший с Плехановым и Лениным. Многие зарубежные издания дали краткие сообщения об этом. В победном 45-м «Новый журнал» решил рассказать о нем подробнее и поручил сделать это Николаевскому. Борис Иванович отдал должное Струве-политику («Политическая деятельность — его страсть! Философ в политике! Однолюб в политике! Но «знамена» менял!»), однако подробно обо всем этом рассказывать читателям литературного журнала не стал.

Он рассказал об удивительной семье Струве, члены которой волею судеб оказывались жителями разных стран, но всегда вносили огромный вклад в их культуру. Прадед Петра Яков Струве был директором гимназии в немецком городе Альконе, но все его сыновья уехали в Россию, не желая воевать с ней на стороне Наполеона. Здесь его сын Василий, внук Людвиг стали директорами обсерваторий, академиками астрономии, а правнук Отто, эмигрировавший в США, стал президентом Международного астрономического союза. Дед героя очерка тоже был академиком астрономии, создателем Пулковской обсерватории. Отец Петра Струве «с отличием окончил Александровский лицей в 1847 г., когда там еще всё

было полно свежими воспоминаниями о другом Александре (отсюда культ Пушкина в семье). Перед ним лежала широкая дорога лёгкой карьеры, но он по доброй воле отправился в далекую Сибирь к Муравьеву (будущему Амурскому), которого как раз в том 1847 году Николай назначил генерал-губернатором Восточной Сибири с широчайшими полномочиями: вакханалия злоупотреблений в этом далеком заброшенном крае вела к развалу, который начал становиться жизненно опасным для судеб России на берегах Тихого океана» [5, 309].

Николаевский подчеркивает, что школа Муравьева-Амурского стала для Бернгарда Струве не менее важной, чем лицей. В 30 лет он стал губернатором Перми, но карьера его быстро оборвалась. Причину этого автор не берется объяснять сам, а цитирует старшего товарища Б. В. Струве, публициста, поэта Ивана Аксакова, который служил в департаменте правительствующего сената, в министерстве внутренних дел и знал «кухню» госслужбы изнутри: «Человек примерной честности, отличных административных способностей, оказался на русской службе неудобным: слишком прям, мужествен, неподатлив. Таких служба не терпит» [5, 309]. Так и пребывал отец героя очерка в полуопале, подрабатывая литературным трудом. Вместе с сыном декабриста Михаилом Волконским хотел писать книгу о Муравьеве-Амурском, но новая встреча с ним не состоялась: Муравьев умер.

Дружба с братьями Аксаковыми возбудила у Бернгарда Струве интерес к славянофильству. Братья представлялись ему «борцами за права человека и гражданина и за национальное начало». От споров в доме на эти темы, от чтения «Вестника Европы», который выписывал отец, в сознании юного Петра Струве закладывался интерес к славяноведению. Вдобавок, как он сам замечал, «многое начал видеть сквозь призму щедринского сарказма» [5, 312]. Таким путем, показывает Николаевский, Пётр Струве пришел к либерализму, утверждающему неотъемлемые права личности. «Либерал он и по убеждению, и по страсти, а к социализму пришел путем исключительно умственным. Считал, что социализм неизбежен... В его марксизме экономика с самого начала оттесняла на задний план социологию» [5, 318]. Из этой массы фактов автор делает вывод, что политическое самоопределение Струве шло не по одной линии, поэтому он по-разному чувствовал себя в среде марксистов и в среде либералов, но охотно общался с теми и другими. Обилие собранного материала привело к тому, что очерк, задуманный как портретный, стал очерком о большой семье, фактически — проблемным. Возможно, автор этого и хотел: подчеркнуть, какие люди приезжали в минувшие века в Россию, какой вклад они и их последующие поколения вносили в русскую культуру, и как советская Россия необдуманно теряла этот человеческий ка-

питал, вынуждая его представителей вернуться на Запад, чтобы своим трудом прославить родину далёких предков, а не свою собственную. Авторская тональность изложения способствовала усвоению этой идеи читателями.

Живя в Америке, Николаевский пополняет и без того огромный архив по истории русского освободительного движения и литературе, внимательно исследует интересующие его документы на эти и другие близкие его писательским и журналистским интересам темы. В результате рождается написанная им биография Карла Маркса и созданная в соавторстве с Д. Ю. Далиным книга «Советская каторга на Колыме», вышедшая в конце 1947 г. в издательстве Йельского университета.

После войны Николаевский неоднократно обращается к анализу экономической политики СССР и особенно — сельского хозяйства. В статье «Новый поход против деревни в СССР» он пишет о том, как советское правительство снова стало «ломать мужика» укрупнением колхозов, а также укрупнением бригад с 5—10 человек до 100—150, поскольку звеньевая организация труда показала кому-то близкой к дореволюционной, семейно-общинной. Результаты новшества он анализирует, используя публикации «Московской правды», особенно её статистические сводки. Результаты удручающие: планы не выполнены, продукция растениеводства и животноводства разбазаривается. Волюнтаристское решение Хрущева о сселении «неперспективных деревень» нанесло сокрушительный удар по колхозам. Николаевский пишет, что на оккупированных фашистами территориях пострадал каждый третий крестьянский дом, люди до сих пор живут в землянках и сараях, а Хрущев предлагает выселять крестьян из добротных имеющихся домов в непостроенные агрогорода. Обрывалась последняя нить, связывающая крестьян с землёй — привязанность к малой родине, к родительским очагам и могилам. Селяемые колхозники либо противились сселению, либо ехали куда угодно, только не на центральные усадьбы.

В следующем номере «Нового журнала» выходит статья «Поражение Хрущева». В её первых строках сказано, что советское правительство отказалось от планов принудительного сселения крестьян из мелких деревень в большие центры «укрупненных» колхозов. Кампания, начатая в 1950 г., не продержалась и года. По данным, которые опубликовал Бенедиктов, министр земледелия СССР, из 225 тысяч колхозов более 2/3 подвергнуто укрупнению... Реформа натолкнулась на трудности. Полевые работы проведены с опозданием. Укрупнение вредно отразилось на животноводстве, на сдаче продуктов государству. Автор отмечает, что крестьянство не выступало с активным протестом, но весь период укрупнения был полон «практикой активного сопротивления». В качестве живого примера происходившего он называет

рассказ Сергея Антонова «Поддубенские частушки»: «В рассказе явственно проступает желание автора сгладить все углы и изобразить жизнь деревни розовыми красками — и тем не менее автор не может скрыть, что деревня укрупнение колхозов приняла с недоброжелательством и сопротивлением» [6, 223]. Николаевский отмечает, что высокое начальство от идеи укрупнения отказалось не сразу. В газетах мелькали такие термины, как «урбанизация жизни деревни», «фабрики зерна», крестьяне назывались «сельскохозяйственными рабочими». В некоторых обзорах прессы выражалось сожаление, что процесс не доведен до конца. 4 марта 1951 г. одновременно в «Правде», «Московской правде» и «Социалистическом земледелии» была опубликована статья «вдохновителя и организатора» программы Н. С. Хрущева. Пропагандируя от имени правительства свою идею, он замечает, что термин «агрокорода» неудачен, ибо может возбудить у крестьян чрезмерные надежды. (Надежд не осталось даже на личное хозяйство: предлагалось урезать приусадебные участки до одной-полтора соток, чтобы не отрывать крестьян от общественного труда.) На следующий день в «Правде» было опубликовано «исправление ошибки», в нем говорилось, что по недосмотру редакции при печатании статьи Н. С. Хрущёва выпало примечание, что статья печатается в дискуссионном порядке и политбюро признало необходимым ее дезавуировать. Николаевский иронизирует по поводу того, как примечание могло выпасть сразу в трех газетах, и замечает, что это была первая за 12 лет открытая дезавуация члена политбюро и секретаря ЦК — в резкой, даже грубой форме. «Это был и удар по Хрущеву лично, и по политике, которую он пытался проводить» [6, 227]. По тому, что вопрос о сселении исчез со страниц советской печати, автор сделал вывод, что укрупнение колхозов провалилось, но предупредил, что «было бы большой ошибкой думать, что хрущёвские планы окончательно похоронены, что чаша принудительного сселения минует советское крестьянство» [7, 189]. Чаша не миновала. Брошенные вместе с мебелью, утварью и садами деревни и сегодня ждут хозяина, а его всё нет. Потомки старых хозяев давно живут в городах и уже успели стереть с себя обидное слово «маргиналы».

В октябре 1952 г. после тринадцатилетнего перерыва в Москве состоялся 19-й съезд КПСС. На нем тоже большое место было уделено сельскому хозяйству: его развитие в послевоенное время шло медленно. Об этом съезде и о крестьянском вопросе на нем Б. И. Николаевский говорил в своем докладе в Институте по изучению истории и культуры в СССР через три месяца после съезда. Он высоко оценил его значение: «Съезд явился не простым политическим фактом, а моментом, объединяющим прошлое и предопределяющим будущее. Открывается новый период развития партии и ее политики» [7, 189]. До-

кладчик считает, что Сталин умышленно старается внушить загранице, что интересы внешней политики он подчиняет интересам внутренней на основе тезиса о возможности построения социализма в одной стране, но — делается поправка! — только когда будет устранена внешняя опасность. Поэтому надо готовить внутренние отношения (экономику, политику) к будущему конфликту. Николаевский подчеркивает, что Сталин связывает разрешение «внешнего конфликта» с крестьянским вопросом, потому что «крестьянский элемент в военной области наименее надежен». Смысл решений — стремиться «уничтожить в крестьянской жизни те элементы, которые могли давать основания для антисоветских настроений и движений. Именно для этого проводится укрупнение колхозов и связанные с этим мероприятия, имеющие своей целью покончить в ближайшее время с крестьянством как с социальной категорией» [7, 190]. Разве не это предлагал Хрущев? Стоило ли отрешиваться от его статьи в трех центральных газетах? Такие разночтения в материалах съезда Николаевский находит снова и снова. С одной стороны, коммунисты признают все общественные формации кроме «азиатского способа производства» (имеются в виду народные хозяйства в восточных деспотиях древней и средней истории: требовалась сложная система оросительных каналов, вокруг которой создавался особый господствующий класс чиновников, которые брали себе часть прибавочного продукта). С другой стороны, «эта система орошения и связанная с нею социальная и государственная форма настолько напоминает то, что сейчас называют «сталинскими стройками», что в советских условиях даже простое упоминание об азиатском способе производства представляется общественно опасным явлением» [7, 190]. Николаевский отмечает, что процесс формирования нового правящего класса в СССР большой и сложный. Он идёт сверху, от государства. Новый устав партии показал стремление вытравить все элементы классового подхода к общественным явлениям. За войну партия выросла почти втрое. Как удержать в руках эти семь миллионов разных людей? Не возникнет ли в будущем опасность двоевластия между партией и государством? «В годы войны Сталин овладел всем», а что будет дальше? Уже наметилась некая конфронтация между хозяйственником Маленковым и политиком Ждановым. Жданов умер. Поезд с его телом встречали его ближайшие соратники Вознесенский и Кузнецов. Вскоре они исчезли. Через три месяца после съезда была обнаружена «группа врачей-вредителей». Из всего этого Николаевский делает вывод: «Сталин имеет такой колоссальный личный авторитет, что может маневрировать гораздо шире, чем кто-то другой. Смерть Сталина будет критическим моментом для развития власти и, при известных условиях, режим может потерпеть большие внутренние удары» [7,

191]. Сталин умер через полтора месяца после доклада Николаевского. Дальше всё происходило точно так, как он предполагал.

О неполноте и искажении информации, относящейся не только к политике, но и, например, к литературе, даже не современной, а касающейся писателей, живших в девятнадцатом веке, о замалчивании определённых фактов их биографий, их политических взглядов можно судить по перечню статей, опубликованных в «Новом журнале»: «Неизвестный Гоголь», «Клевета о Достоевском», «Литературные мытарства Чехова», «Трагедия Максима Горького». Это отмечал и Николаевский. Рецензируя два тома «Литературного наследства», посвященного Герцену, и многотомное собрание произведений писателя, он замечает, что их выход в свет — заслуга не столько советской историографии, сколько семьи Герцена, особенно его старшей дочери Натальи Александровны, еще до революции собравшей основную массу материалов. Журналист приветствует появление «Литнаследства» и 22 томов сочинений Герцена, хотя и эти издания не обошлись без изъятов: интерес к Герцену большой, но его «до 1905 года запрещали, и сейчас нет возможности изучать как следует» [6, 380]. Причину того, что писателя-революционера, любимого и цитируемого Лениным, не издают и как следует не изучают в советской России, Николаевский объясняет так: «Он был слишком свободным внутренне человеком, от всей его личной биографии, от всех его идейных исканий, от каждой строчки, им напи-

санной — так брызжет искрами свободной мыслью, что его свободное изучение (а без свободы ведь нет науки!) невозможно в несвободной стране» [8, 383].

Последние годы жизни Борис Иванович Николаевский провел в маленьком американском городке Маунтин-Вью. Кроме «Нового журнала» он активно сотрудничал с журналом «Русская мысль». Скончался он от сердечного приступа на 79-м году жизни и похоронен в Маунтин-Вью на местном кладбище.

ЛИТЕРАТУРА

1. Николаевский Б. И. Из переписки деятелей Пушкинской эпохи / Б. И. Николаевский // Современные записки. — 1939. — № 68.
2. Николаевский Б. И. Архив Михаила Драгоманова / Б. И. Николаевский // Русские записки. — 1939. — № 15.
3. Николаевский Б. И. За вашу и нашу волю / Б. И. Николаевский // Новый журнал. — 1944. — № 7.
4. Николаевский Б. И. Бешенство шовинистов / Б. И. Николаевский // Возрождение. — 1951. — № 17.
5. Николаевский Б. И. П. Б. Струве (1870—1944) / Б. И. Николаевский // Новый журнал. — 1945. — № 10.
6. Николаевский Б. И. Поражение Хрущёва // Новый журнал. — 1951. — № 25.
7. Николаевский Б. И. 19-й партсъезд / Б. И. Николаевский // Вестник института по изучению истории и культуры СССР. — 1953. — № 4.
8. Николаевский Б. И. Герценоведение в советской России / Б. И. Николаевский // Новый журнал. — 1945. — № 10.

*Воронежский государственный университет
Лебедева Т. В., доктор филологических наук, профессор
кафедры телевизионной и радиожурналистики
E-mail: tatyana-lebedeva-27@mail.ru*

*Voronezh State University
Lebedeva T. V., Doctor of Philological Sciences, Professor of
the Television and Radio Journalism Department
E-mail: tatyana-lebedeva-27@mail.ru*

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИДИСКУРСИВНЫХ ЯВЛЕНИЙ В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

С. И. Мокшин

Новосибирский государственный технический университет

Поступила в редакцию 11 января 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются основные особенности полидискурсивной рекламы. Говорится об основных положениях в определении поликодового и полидискурсивного текста. Интернет-реклама изображается как площадка для разного сегмента рекламных сообщений. Выделяется реклама в социальных сетях. Говорится о брендировании информационного сайта как особом типе рекламы; главной задачей такого типа рекламы является вовлечение потребителя в покупку.

Ключевые слова: поликодовость, полидискурсивность, реклама, Интернет, контент, онлайн, рекламодатель, рекламное сообщение

Abstract: the main features of poly-discursivity advertising are considered in the article. It is a question of the main provisions in the definition of the polycode and poly-discursivity text. Internet advertising is shown as a platform for a different segment of advertising messages. It stands out advertising in social networks. It is a question of branding an information site as a special type of advertising, the main task of this type of advertising is to involve the consumer in the purchase.

Keywords: polycode, poly-discursivity, advertising, Internet, content, online, the advertiser, the advertising message

Слово наделяется пространственными характеристиками, оно появляется в трех ипостасях — это «субъект, получатель и контекст» [1, 52]. Интертекстуальность подразумевает безграничность текста, в каждом абзаце которого содержится свой интертекст. Текст в современном контексте как объект коммуникации перестал быть только языковой категорией. Он может быть креолизованным, гибридным, мультимедийным, вербально-визуальным. Современный текст — сложная знаковая система. В данной статье интернет-реклама и будет рассматриваться как поликодовое и полидискурсивное явление.

Интернет-реклама, обладающая характеристикой конвергентности, активно развивается в самых различных формах (медийная, контекстная, медийно-контекстная реклама) и жанрах (интерактивные игры, промосайты, видеоролики, баннеры; поисковая, тематическая и поведенческая реклама; текстовый блок, мини-сайты, различные коллажи) [2, 130].

Разнообразие представленных рекламных площадок несомненно является привлекательным для любого рекламодателя. Это может быть переход по гиперссылкам на сайт, вирусная реклама, рассылаемая через социальные сети потенциальным потребителям, реклама, появляющаяся в виде «всплывающих окон» на сайтах, реклама с гиперссылкой в виде «обоев» другого сайта, реклама в социальных сетях. Реклама встречается в различных онлайн-играх, предлагаемых на платформах с программным обе-

спечением android и ios для планшетов и смартфонов. Такая реклама является контекстной, поскольку во время прохождения игр для перехода с одного уровня на другой вам предлагают либо подождать от 30 минут до часа, либо посмотреть рекламный видеоролик с другой игрой, который даст вам сокращение времени ожидания перехода на следующий уровень. Рекламодатель вовлекает потребителя в процесс игры, человек, погрузившись в виртуальную реальность, пытается как можно быстрее пройти игру; заказчик рекламы, пользуясь этими средствами, пытается предложить как можно больше своего товара.

Развитие мобильного Интернета обуславливает увеличение рекламы в Интернете. «В последнее время Интернет переживает бум коммерциализации. Руководители начинают понимать, какие выгоды сулит им переход на интернет-рельсы, интегрируя с помощью профессионалов современные модели поведения на традиционном (оффлайн) рынке. Без сомнения, на сегодняшний момент Интернет превратился в самый что ни на есть настоящий сегмент рынка — со своими продуктами, услугами, монополиями, конкуренцией, потребителями, спросом и предложениями, рекламой, внешними связями и прочими элементами, свойственными маркетингу в традиционном понимании» [3, 11].

Если в печатных изданиях условия рекламного дискурса предполагают прочтение текста, его переосмысление, то в интернет-рекламе мы имеем дело с готовым продуктом, с которым можно ознакомиться на сайте рекламодателя. Так, рекламодатель при по-

купке товара и его выборе делает несколько шагов за потребителя, указывая конкретную модель или тип товара. Рекламные сообщения в интернет-изданиях учитывают тип аудитории, что зависит от контента, которым располагает сайт, сообщество в социальных сетях или каналы видеоблогеров.

Особенно популярной становится видеореклама в видеохостингах, на сайтах Youtube и Rutube. Как правило, такие рекламные ролики встречаются перед определенным видео, которое необходимо просмотреть пользователю Интернета. Такая реклама является интернет-версией телевизионной рекламы, ролик представляет собой тот же сюжет, который мы можем увидеть во время телевизионного эфира.

Набирает силу реклама в социальных сетях. В русскоязычном медийном пространстве это «ВКонтакте», «Одноклассники», в мировом медиапространстве — Twitter, Facebook, Instagramm и др. Каждая серьезная компания имеет свои аккаунты в вышеперечисленных социальных сетях. Подобная интеграция в виртуальное пространство позволяет потенциальному рекламодателю отслеживать возможную аудиторию и готовить для каждого покупателя персональные предложения. Если в печатной рекламе механизмом отслеживания аудитории являются, например, вырезные купоны, то в этом случае могут использоваться бонусы в дни рождения, конкретные предложения на основе отслеживания предыдущих покупок потребителем. Потенциальная аудитория переходит в разряд реальной аудитории, которая измеряется количеством зарегистрированных пользователей социальной сети, пожелавших вступить в группу той или иной компании, места досуга или магазина.

Другим привлекательным полем для рекламодателей в социальных сетях являются сообщества, на которые подписано большое количество человек. Как правило, такие сообщества наполнены новостным контентом определенной местности, города, области, района, конкретного учреждения или организации. Целый ряд сообществ функционирует в социальных сетях под названиями городов: «Типичный Новосибирск» (около 500 тыс. чел.), «Типичный Томск» (около 100 тыс. чел.), «Я живу в Красноярске» (около 300 тыс. чел.) и т.д. Информация в таких сообществах является либо перепечатками с других сайтов, либо репостами с официальных новостных сайтов. Поскольку в таких сообществах сконцентрирована аудитория пользователей Интернета, живущих в различных городах, то рекламодатели охотно распространяют информацию о своих предложениях через подобные сообщества, имеющие достаточно внушительную аудиторию, заметно превышающую многие печатные издания. Реклама в них проводится посредством «вирусного вовлечения» потенциальных потребителей. Это, как правило, репост с розыгрышем призов от сообщества какой-либо компании, которая рекламирует свою продукцию. Это могут быть

рестораны японской кухни, реклама пиццерий с доставкой на дом, рекламные статьи о розыгрышах от сообществ торгово-развлекательных центров.

Баннерная реклама, обеспечивающая переход с сайта с рекламируемым товаром на сайты рекламодателя, как правило, содержит в себе минимум информации: ее основной задачей является привлечение аудитории на сайт рекламодателя. Переходы на сайты во многом обеспечивают перевод потенциальной аудитории в реальную. При этом в личном кабинете сайта любой администратор может отслеживать и анализировать динамику посещения сайта.

Так рекламодатель вовлекает потребителя в коммуникацию и дискурсивность своего рекламного сообщения. «Как некий информационный посредник в системе коммуникации, реклама выступает в соответствии с коммуникационной версией, суть которой заключается в определении интернет-рекламы в качестве своеобразного диалога между производителем и потребителем, продавцом и покупателем. Исходя из данной формулировки, производитель (продавец) предлагает потребителю (покупателю) свои товары и услуги посредством воздействия на него сетевыми рекламными средствами. В свою очередь, потребитель (покупатель) стимулирует своё восприятие рекламного воздействия за счёт личной заинтересованности в рекламном товаре или услуге» [3, 52].

Существуют рекламные сообщения в Интернете, являющиеся фоном сайта. Такое расположение рекламного сообщения называется брендингом сайта или спонсорством. «Спонсорство сайта или его определенного раздела отличается от обычного размещения на сайте рекламы прежде всего степенью интеграции и взаимодействием между издателем и спонсором (рекламодателем). Спонсор не только получает внимание аудитории, посещающей данный сайт. Поддерживая ценный для посетителей ресурс, он значительно улучшает свой имидж и лояльность по отношению к себе постоянной аудиторией сайта» [4]. Например, рекламные сообщения мы можем наблюдать от трех операторов мобильной связи, на спортивном информационном сайте (www.championat.com). МТС, Мегафон и Билайн предлагают свои новые тарифы. Нажимая на «обои»¹ сайта мы переходим на сайты компаний с информацией по рекламируемым тарифам связи. Заполнение сайта рекламой в виде его «обоев» выглядит эффектно, поскольку потребитель не сможет не обратить внимания на представленную рекламу. Рекламодатель сам направляет потребителя к своему товару, а в конечном итоге, наряду с продажей товара, отслеживает свою аудиторию, то, с какого сайта было привлечено больше всего потребителей.

¹ «Обои сайта» — реклама, располагающаяся по бокам основного сайта, информационное сообщение которого сосредоточено по центру сайта.

Реклама может распространяться и по электронной почте. В этом случае предложения, отправляемые от потребителя к покупателю, персонифицированы, представляют сообщение с информацией о скидках, акциях и т.д. Например, заказывая бытовую технику через интернет-магазин, при регистрации на сайты, вы предоставляете свою электронную почту рекламодателю, по которой проходит дальнейшая информационная рассылка. Для такой рекламы характерна строгая информативность, поскольку главной задачей рекламы, распространяемой по электронной почте, является информирование потребителя о скидках или своих индивидуальных предложениях.

В баннерной рекламе, в отличие от рассылок по почте, присутствуют слоганы, визуальные образы, что позволяет таким сообщениям обладать поликодовой составляющей. Баннерная реклама, как правило, встречается в заголовках новостных сайтов, на шапке поисковиков, таких как «Яндекс», Yaho. Например, в поисковике «Яндекс» мы видим рекламу автомобиля Renault daster лимитированной серии, что, по мнению рекламодателя, должно заставить потребителя подумать о покупке автомобиля в ограниченные сроки. «В результате процессов, происходящих в медиасреде, изменяются как формы взаимодействия между средствами массовой информации и потребителями, так и системы ценностей и приоритетов самой аудитории, что приводит к выделению нового вида читателя — активного соучастника [5, 94].

Таким образом, мы можем сказать, что реклама в электронных медиа набирает обороты, поскольку с каждым годом растет интернет-аудитория, увеличивается также число средств, каналов рекламы. Это могут быть социальные сети, интернет-поисковики, контекстная реклама, реклама в онлайн-кинотеатрах и онлайн-хостингах, реклама в видеоиграх и приложениях на смартфонах, а также реклама в интернет-версиях печатных изданий.

Современные медиатехнологии помогают рекламодателям отследить и выявить потенциал

ного потребителя с помощью социальных сетей; реклама, интегрируясь в различные интернет-сообщества, учитывает спрос определенного потребителя, позволяя сформировать индивидуальное коммерческое предложение для своей потенциальной аудитории. Также сообщества с большим количеством подписчиков, позволяют продвигать менее популярные группы в социальных сетях. Кодирование такой информации позволяет потенциальному потребителю совершать поэтапные шаги для покупки определенного вида товаров. Например, потенциальный потребитель, являющийся подписчиком одной из новостных групп города, в котором он проживает, задумался о покупке сезонной зимней обуви. Заходя в такое новостное сообщество в социальной сети, он видит рекламу с информацией и группой магазина обуви. Далее, переходя по ссылке, он оказывается в сообществе обувного магазина, в котором может перейти на сайт торговой сети, предлагающей обувь, и подобрать, а возможно, и заказать подходящую для себя обувь, не выходя из дома. Так контекстная реклама становится рекламой по запросам, привлекающей свою аудиторию за счет грамотного позиционирования, и рекламодатели готовы платить за позиционирование своей продукции в топе запросов в поисковой системе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / Ю. Кристева. — Москва, 2004.
2. Реклама: теория и практика / под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж, 2011.
3. Петюшкин А. В. Основы баннерной рекламы / А. В. Петюшкин. — Санкт-Петербург, 2002.
4. Бокарев Т. А. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. А. Бокарев. — URL: <http://book.promo.ru/book.html> (дата обращения: 15.10.2017).
5. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика / Е. В. Олешко. — Екатеринбург, 2016.

Новосибирский государственный технический университет

Мокшин С. И., старший преподаватель кафедры филологии

E-mail: mokshinsergey777@gmail.com

Novosibirsk State Technical University

Mokshin S. I., Senior Lecturer of Philology Department

E-mail: mokshinsergey777@gmail.com

СЦЕНАРИИ И ПРИЕМЫ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В ЗОНЕ КОНФЛИКТА

М. И. Муаммар

Волгоградский государственный университет

Поступила в редакцию 20 января 2018 г.

Аннотация: в данной работе рассматриваются механизмы ведения информационной войны в СМИ, используемые израильской и палестинской стороной в ходе конфликта.

Ключевые слова: информационная война, манипулятивные технологии, палестино-израильский конфликт, израильские СМИ, палестинские СМИ.

Abstract: this paper examines the mechanisms of information warfare in the media used by the Israeli and Palestinian sides in the course of the conflict.

Keywords: information war, manipulative technologies, Palestinian-Israeli conflict, Israeli media, Palestinian media.

С начала войны в секторе Газа израильские СМИ активно использовали манипулятивные технологии для дестабилизации сознания и психо-эмоционального состояния аудитории, чтобы оправдать свои цели ведения войны. Израильские СМИ привлекали к деятельности израильских политических деятелей с целью убедить население Израиля в необходимости продолжения войны с сектором Газа, подчеркивая угрозу, исходящую от партии ХАМАС, и необходимость обеспечения безопасности государства.

Палестинские СМИ в свою очередь так же активно использовали свои информационные возможности, чтобы противостоять натиску израильских СМИ.

Механизмы ведения информационной войны, которые использовали палестинские и израильские СМИ следующие.

Со стороны израильских СМИ:

1. Провокации и распространение лжи. С первого дня израильские СМИ разрабатывали стратегию по распространению ложной информации и план провокации с целью защиты своего государства. По утверждениям израильского правительства, ХАМАС нарушил перемирие, похитив трех израильских поселенцев. Это было необходимо Израилю для проведения крупномасштабной операции по ликвидации партии ХАМАС в секторе Газа. Израиль не принимал во внимание нарушение прав человека, создав блокаду сектора Газа, нападая на мирных жителей, проводя массовые аресты. Специальный докладчик по правам человека и борьбе с терроризмом Мартин Шейнин назвал проводимую Израилем политику целенаправленного убийства подозреваемых террористов чрезвычайно сомнительной практикой с неясным разграниче-

нием между вооруженным конфликтом и охраной общественного порядка, напоминающей смертную казнь без суда и следствия.

2. Распространение в СМИ информации о том, что вина за действия Израиля лежит на жителях Газы. СМИ Израиля возложили ответственность на жителей сектора Газа за действия ХАМАС, за оказание поддержки ХАМАС и другим движениям сопротивления. Приведем цитату из интервью с Авхай Адарай, представителем израильской армии, по поводу жертв среди мирного населения Газы: «Палестинцы несут ответственность за свои действия, так как они не ушли из своих домов и не отреагировали на предупреждения Израиля, они предпочли защищать сопротивление».

3. Гордость убийством мирных граждан. Если ранее СМИ находили оправдание и называли убийства мирных граждан случайностью, то сейчас представитель израильской армии в прямом эфире с гордостью говорит о принадлежности к этой армии, так как она защищает граждан Израиля. По его словам, «ХАМАС использует людей в качестве «живого щита». Палестинцы не заслуживают называть себя невиновными» [1].

4. Утверждение о том, что израильская армия заранее предупреждала мирных жителей об атаке, чтобы сохранить им жизнь. Это было чистым вымыслом, предупреждение было объявлено за 5 минут до начала атаки, за такое короткое время невозможно укрыться в безопасном месте.

5. Угроза политических убийств. После ввода сухопутных войск в сектор Газа Израиль получил много раненых и погибших солдат. После этого Израиль стал организовывать покушения на лидеров сопротивления для психологического воздействия на аудиторию.

После начала Интифады Аль-Акса в 2000 году покушения в основном производятся в рамках политики «точечных ликвидаций» — так называемых сфокусированных предотвращений терактов. «Руководство «Моссад» неоднократно утверждало, что палестинские активисты нередко оказывались жертвами междоусобной войны» [2]. Например, были убиты Саид Хамаи (Лондон, январь 1978), Али Ясин (Кувейт, июнь 1978), Изз ад-Дин аль-Калак (Париж, август 1978), Юсуф Мубарак (Париж, январь 1980), Наим Хадер (Брюссель, июнь 1981), Исам Сартауи (Лиссабон, апрель 1983), Салах Халаф (Абу Эйяд) (январь 1991) и другие.

6. Жертвы среди мирного населения Палестины для Израиля просто цифры. В израильских СМИ общаются о жертвах с израильской стороны, но утаивают информацию о многочисленных жертвах среди палестинского населения, называя только неподтвержденные данные. Внимание израильских СМИ сосредоточено на изображении паники во время воздушной тревоги, бегущих по улицам людей.

7. Израильские СМИ утверждают, что лидеры ХАМАС и их семьи находятся в стороне от военных действий. По заявлению израильских СМИ, лидеры ХАМАС используют людей в качестве «живого щита». На самом деле, многие дома лидеров были разрушены в результате авиаударов, а лидеры и их семьи погибли. Из последних новостей на сайте «Россия сегодня»: «В секторе Газа убит один из лидеров движения ХАМАС, сообщает РИА Новости. Отмечается, что неизвестные израильские солдаты выстрелили в боевика по имени Мазен Фукаха несколько раз. В 2011 году он был освобожден из тюремного заключения и отправлен в сектор Газа» [3].

8. Уход от темы и дезинформация. Израильское руководство отказывается от временного перемирия, называя ложные факты, которые якобы заставили нарушить его.

Один из примеров можно увидеть на сайте Интерфакс: «Армия обороны Израиля нарушила объявленное ранее семичасовое одностороннее перемирие и нанесла удар по лагерю для перемещенных лиц Шати в городе Газа, сообщает в понедельник израильское издание «Едиот ахронот» со ссылкой на палестинских медиков» [4].

По предварительным данным, в результате удара ВВС Израиля погиб один ребенок, еще около 30 человек получили ранения. В числе раненых — преимущественно женщины и дети, говорится в сообщении.

Со своей стороны, израильские военные сообщают о том, что пока не располагают сведениями о факте нанесения удара по лагерю для беженцев в Газе, отмечает издание.

9. Распространение в СМИ слухов и паники среди мирного населения. Распространение информации среди мирного населения Газы об авиаударах с помощью СМС на мобильные устройства и листовок,

сброшенных из самолетов, а также о том, что движение ХАМАС ответственно за эти авиаудары.

Американский ведущий Джон Стюарт в передаче «Ежедневное шоу» высмеивает израильскую армию, которая рассылает СМС об авиаударах за 3 минуты до начала бомбежки. Он предлагает зрителям посмотреть на карту сектора Газа и убедиться, что, даже если бы жители были оповещены заранее, им всё равно было некуда укрыться. С одной стороны — море, с другой — израильская блокада.

Методы палестинских СМИ, и в особенности СМИ движения сопротивления, основаны на развенчании лжи и сопротивлении израильской пропаганде.

1. Палестинские СМИ выделяли информацию о нарушениях прав человека, об атаках гражданских объектов и мирного населения. Палестинские СМИ работали 24 часа, чтобы раскрыть израильские преступления, показать реальные потери среди мирного населения. Несмотря на шокирующие кадры, СМИ продолжали показывать их, чтобы мировая общественность могла увидеть то, что на самом деле происходит в секторе Газа.

2. Предупреждение израильских граждан. Представители движения сопротивления заранее предупреждали израильских граждан в СМИ о нанесении авиаударов, чтобы жители могли укрыться в убежищах или вернуться в свои дома. Израильские поселенцы на границах с сектором Газы всё чаще обращаются к СМИ сопротивления за правдивой информацией, так как официальные СМИ давали неверную информацию.

«Совет по правам человека ООН опубликовал доклад, в котором постановил, что запуски ракет из Газы, которые приводят в действие израильскую систему оповещения «Ред алерт» о летящих к ним ракетах, выполняют требования, предъявляемые к ХАМАС, о предупреждении гражданского населения в районах атаки.

Система «Ред алерт» определяет запуск ракет из сектора Газа и определяет их траекторию. На основе этих расчетов система советует израильтянам в обстреливаемых районах поспешить в убежище. Поскольку система предупреждает израильтян за 15—90 секунд до атаки, совет постановил, что ХАМАС эффективнее выполняет законы вооруженного конфликта» [5].

3. Предупреждение иностранных граждан. Такая мера воздействия на Израиль вводится по личному распоряжению Мухаммеда ад-Дейфа, который является главнокомандующим «Бригад Иззеддина аль-Кассама» (боевое крыло движения ХАМАС). Палестинское движение ХАМАС призвало авиаперевозчиков прекратить совершать полеты над территорией Израиля. В частности, «ИТАР-ТАСС воспроизвел заявление боевого крыла исламистских «Бригад Иззеддина аль-Кассама», в котором авиакомпаниям всего мира, независимо от страны принадлежности, реко-

мендуется отменить полеты в израильский международный аэропорт Бен-Гурион» [6]. Экстремисты заранее предупреждают, что начиная с 07:00 по московскому времени четверга, 21 августа, воздушное пространство над еврейским государством перестает быть безопасным.

4. Использование СМИ сопротивления эффекта неожиданности. В ответ на израильские обвинения в нарушении перемирия пресс-секретарь ХАМАС Абу Убайда незамедлительно отреагировал, выступив с обращением к израильтянам о нарушении перемирия. Обращение также содержит предупреждение об атаках, призыв к иностранным гражданам не лететь в Израиль в связи с возможностью атак [7].

5. Быстрая ответная реакция на заявления израильских СМИ. После атак на сектор Газа в израильских СМИ появлялась информация об уничтожении ракетных баз террористов, туннелей, но палестинские СМИ в своих репортажах показывали обратное — нападение на мирных жителей и гражданские объекты.

То, что победа в информационной войне принадлежит Палестине, доказывает тот факт, что израильтяне обращаются к палестинским СМИ, чтобы узнать о реальном положении дел в Газе.

Волгоградский государственный университет

Муаммар М. И., аспирант кафедры литературы и журналистики

E-mail: motasemmuammar2014@gmail.com

ЛИТЕРАТУРА

1. Прямой эфир Аль-Джазира. — URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fvDjJ-reyrc> (дата обращения: 18.01.2018).

2. Ликвидация лидеров арабского террора. Краткая история вопроса. — URL: NEWSru.com (дата обращения: 18.01.2018).

3. В секторе Газа ликвидирован один из лидеров движения ХАМАС. — URL: <https://russian.rt.com/world/news/371975-sektor-gaza-hamas> (дата обращения: 18.01.2018).

4. Армия обороны Израиля нарушила объявленное ранее семичасовое одностороннее перемирие. — URL: <http://www.interfax.ru/world/389406> (дата обращения: 18.01.2018).

5. ООН: израильская противоракетная система оповещения освобождает Хамас от необходимости предупреждать гражданское население. — URL: <http://www.translarium.info/2015/07/un-israeli-missile-alert-system-exempts-hamas-from-warning-civilians.html> (дата обращения: 18.01.2018).

6. Движение ХАМАС призвало авиакомпании прекратить полеты над Израилем. — URL: https://alimoto.ru/index.php?option=com_inews&Itemid=326&vidn=65609 (дата обращения: 18.01.2018).

7. Обращение пресс-секретаря ХАМАС Абу Убайда на канале Аль-Акса 20 июля 2014 г. — URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QUsVsaGkc6Q> (дата обращения: 18.01.2018).

Volgograd State University

Muammar M. I., Postgraduate Student

E-mail: motasemmuammar2014@gmail.com

ВОЙНА ВО ВЬЕТНАМЕ: СОВЕТСКАЯ ВЕРСИЯ СОБЫТИЙ

Нгуен Минь Туан

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 25 января 2018 г.

Аннотация: в статье представлен анализ вьетнамской войны с точки зрения советской прессы. Автор предлагает взглянуть на события прошлого с позиций современности. **Ключевые слова:** геополитика, агрессия, гражданская война, независимость, советская пресса, холодная война, информационное противостояние, воспоминания, мирные инициативы, интернационализм.

Abstract: the article presents the analysis of the Vietnam war through the eyes of the Soviet press. The author proposes to look at the events of the past from the standpoint of modernity.

Keywords: geopolitics, aggression, civil war, independence, Soviet press, cold war, information confrontation, memories, peace initiatives, internationalism.

Вторая мировая война закончилась победоносно: была разгромлена гитлеровская Германия, потерпела поражение Япония. Как следствие этих событий — возникновение Китайской Народной Республики, бурное развитие национального движения во всем мире, коренные изменения на политической карте мира. Одно из таких изменений коснулось и Индокитая: на месте бывших французских колоний возникли независимые государства Вьетнам, Камбоджа, Лаос.

Каждое из молодых государств стало ареной ожесточенной борьбы за власть. В результате в каждом из этих государств развернулись боевые действия. Во Вьетнаме началась полномасштабная гражданская война между Демократической Республикой Вьетнам (Север страны) и Республикой Вьетнам (Юг). Граница между ними — семнадцатая параллель.

В основе подобного рода противоречий лежат, как правило, экономические интересы крупнейших держав. Еще в апреле 1950 г. госсекретарь Дин Ачесон заявил, что Индокитай входит в «американский оборонительный периметр на Дальнем Востоке» [1]. Тогда же газета «Нью-Йорк Таймс» откликнулась на эту «геометрию» более открыто: «Индокитай — это приз, стоящий большой игры... Даже до Второй мировой войны Индокитай приносил ежегодную прибыль — примерно 300 миллионов долларов» [2, 5].

Путь к независимости государств Индокитая был сложен и противоречив. Характерна в этом отношении судьба Вьетнама. Здесь столкнулись геополитические интересы по крайней мере трех государств — Соединенных Штатов, Советского Союза и Китайской Народной Республики. Самое выгодное положение было у континентального Китая, который имел непосредственную границу с Вьетнамом.

Республика Франция, потерпевшая сокрушительное поражение в попытках сохранить свое влияние в этом

регионе, после Женевских соглашений 1954 года фактически утратила свою ведущую роль в Индокитае. После подписания мирных соглашений в Женеве и возникновения двух государств — Демократической Республики Вьетнам и Республики Вьетнам — освободительное движение в регионе вступило в новую фазу — в гражданскую войну, столь же кровопролитную.

Небезразличным к ходу гражданской войны были и три крупнейшие державы: США, СССР и КНР. Интерес КНР был очевиден — сделать Вьетнам зоной своего влияния, а впоследствии распространить это влияние на Гонконг и Тайвань. Интересы США были тесно связаны с экономикой. Президент Эйзенхауэр откровенно заявил в 1953 г.: «Без Индокитая у нас не будет больше олова, вольфрама, в котором мы нуждаемся» [3, 7]. Но на самом деле США решали более важную стратегическую задачу: окончательно вывести Южный Вьетнам за пределы геополитических интересов Франции, превратив Республику Вьетнам в площадку своего экономического влияния. При этом решалась еще одна стратегическая задача: Советский Союз не должен распространить свое влияние в регионе. Советский Союз в свою очередь тоже хотел расширить зону своего влияния в странах Индокитая.

Летом 1961 г. Советский Союз посетила правительственная делегация ДРВ во главе с премьер-министром страны Фам Ван Донгом. Тогда вьетнамский премьер пригласил главу Советского Союза посетить ДРВ, но лишь почти через четыре года, в феврале 1965 г., делегация во главе с А. Н. Косыгиным посетила Демократическую Республику Вьетнам. Время визита было выбрано неслучайно: обстановка вокруг ДРВ обострилась. Хотя по дипломатическим каналам США были оповещены о предстоящем визите А. Н. Косыгина в Ханой, именно в эти дни столица Северного Вьетнама была обстреляна американскими самолетами.

Соединенные Штаты дали понять, что Южный Вьетнам — это зона их интересов, а Советский Союз ответил адекватно по Северному Вьетнаму. Во время визита советского премьера было подписано соглашение о предоставлении ДРВ разнообразной помощи, в том числе и военной.

Одновременно СССР и КНР подписали документ, в соответствии с которым грузы в ДРВ могли поступать по железной дороге, проходящей через Китай.

Американцы позже извинялись за бомбежку Ханоя во время визита высокого гостя, но вскоре после отъезда председателя правительства в Москву вновь бомбили Ханой.

Журнал ЦК КПВ «Хок тап» констатировал, что Демократическая Республика Вьетнам фактически находится в состоянии войны с США. Несмотря на это, экономическое состояние ДРВ оставалось стабильным. А ведь Северу в то время противостояла огромная армия — 200 тысяч американцев, а кроме того, их союзники по СЕАТО — южнокорейцы, австралийцы и новозеландцы (25 тысяч человек). Численность войск Сайгона составляла 600 тысяч. Этим вооруженным силам противостояли отряды Вьетконга, насчитывающие 230 тысяч человек.

Силы выглядели неравными, что давало американцам возможность открыто заявлять о своем праве определять направление внешней политики в регионе. Так, 24 июня 1965 г. видный американский журналист Уолтер Липман в еженедельнике «Ньюс-цик» писал: «Правильная позиция при ведении внешней политики состоит в том, чтобы мало обращать внимание на мнения иностранцев и быть абсолютно уверенным в правильности нашего собственного суждения» [3, 9]. Иными словами, Соединенные Штаты имеют право разговаривать с остальным миром с позиции силы.

Через полтора года, в ноябре 1966 г., американская пресса писала о войне во Вьетнаме иначе. Журнал «Юнайтед Стейтс Ньюс» поместил материал, в котором звучало признание: «В основе трудностей нашей страны лежит война во Вьетнаме. Она — причина инфляции. Она — основа затруднений с долларами. Она — причина, по которой нас ненавидит значительная часть мира» [3, 10].

За этими словами — объективная картина того, как воспринимали войну во Вьетнаме во всем мире. Публикации советской прессы это подтверждают.

Понятно, что геополитические интересы СССР требовали активной поддержки ДРВ, ведущей борьбу за создание единого Вьетнама. Китай оказывал республике большую помощь в реконструкции и строительстве железных дорог. С помощью КНР было отремонтировано и построено свыше 1200 км железных дорог и свыше 300 мостов. Одновременно китайцы поставили в ДРВ вооружение более чем на 4 миллиарда юаней.

Огромную помощь оказал в те годы Демократической Республике Вьетнам и Советский Союз, который делал это постоянно.

А. Зайцев, видный сотрудник Министерства иностранных дел СССР вспоминает: «Только за период с 1955 г. по 1964 г. СССР оказал техническое содействие в реконструкции и строительстве 18 энергетических объектов, в том числе 10 электростанций (в 1965 г. они выстроили 40% всей электроэнергетики в стране, в восстановлении или в новом строительстве 10 угольных карьеров и шахт, крупного оловоплавильного комбината, СССР принял участие в строительстве суперфосфатного завода, в оснащении механического завода в Ханое, в создании предприятий целлюлозно-бумажной промышленности» [4, 3].

Помимо строительства СССР и другие страны социалистического лагеря безвозмездно кредитовали демократический Вьетнам и одновременно вели подготовку специалистов во всех отраслях промышленности, науки, культуры и образования для развивающейся республики. Сотни молодых вьетнамцев получали высшее и специальное образование в СССР. Русский язык изучали в школах Вьетнама. Интенсивно развивались культурные связи между Советским Союзом и Демократической Республикой Вьетнам. Важным событием 1964 г. стало открытие в Москве постоянного представительства Национального фронта освобождения Южного Вьетнама при Советском комитете солидарности стран Азии и Африки. Позже это представительство было преобразовано в посольство Республики Южный Вьетнам. Этот факт еще раз подтвердил активное стремление Советского Союза видеть в Индокитае единый свободный демократический Вьетнам.

Советский Союз никогда не скрывал своих симпатий к вьетнамскому народу и на протяжении многих лет поддерживал Демократическую Республику Вьетнам в различных сферах жизни этого государства: политической, экономической, военной, научной, культурной, образовательной. Понятно, что советские средства массовой информации постоянно информировали советских читателей о том, что происходит в этой стране.

Можно выделить следующие направления этих публикаций:

Поддержка политического курса, проводимого руководством Демократической Республики Вьетнам на международной арене.

Знакомство советского читателя с экономическими процессами, определяющими переход республики к созданию в стране социалистической экономики.

Публикации, посвященные историческому прошлому и его современной истории.

Публикация материалов, рассказывающих о разнообразной культурной жизни страны и контактах советских деятелей культуры со своими вьетнамскими коллегами, включая обмен творческими коллективами двух стран.

Публикация зарубежных корреспондентов СМИ о событиях, связанных с борьбой вьетнамского народа за создание объединенного независимого Вьетнама (включая публикации вьетнамских газет и журналов).

Спустя годы появились в открытой печати воспоминания советских военных, дипломатов, политиков, публицистов, рассказывающих о том, что происходило во Вьетнаме в 1950—1990-е гг.

Особую группу текстов составляют публикации о жизни современного Вьетнама.

Среди изданий можно выделить такие книги, как «Независимый Вьетнам» — воспоминания ветеранов войны во Вьетнаме (Екатеринбург, 2013), воспоминания А. Зайцева «Не отпускает меня память. На дипломатической службе в эпоху перемен. Записки посла» (Москва, 2013), статья «Вьетнам», опубликованная в Интернете 25 февраля 2013 г., «Война во Вьетнаме. Взгляд сквозь годы» (материалы научно-практической конференции «Советско-вьетнамское военное и экономическое сотрудничество в годы агрессии США против ДРВ (1964—1973 гг.)» (Москва, 2000).

К указанным выше материалам следует присоединить большое количество материалов, опубликованных в периодической печати. Основная задача советской прессы, писавшей о войне во Вьетнаме, сводилась к тому, чтобы показать бессилие стремлений США уничтожить ДРВ, доказать необходимость переговорного процесса, убедить США в необходимости подписать мирный договор, о чем неоднократно заявляло советское правительство.

Газета «Известия» цитировала слова А. Н. Косыгина: «Сейчас наступил весьма ответственный момент, когда правительству США предоставляется возможность доказать, намерено ли оно прекратить войну или же оно предпринимает очередной маневр для прикрытия агрессии во Вьетнаме. США должны знать, что продолжение войны не принесет им победы, а вызовет еще более мощный отпор вьетнамского народа, опирающегося на поддержку своих друзей» [5]. Председатель советского правительства знал, что говорил. Советский Союз на протяжении последующих десяти лет оказывал мощную поддержку Демократическому Вьетнаму. ДРВ получила от СССР огромную помощь современным вооружением, подготовкой в Советском Союзе кадров для вьетнамской армии, а также отправкой во Вьетнам советских военных советников, летчиков, принимавших участие в боевых вылетах, и ракетчиков, охранявших воздушное пространство Северного Вьетнама от налетов американской авиации.

История гражданской войны во Вьетнаме нашла свое отражение в советской журналистике второй половины XX — начала XXI вв. При этом следует отметить, что многие события той войны стали известны читателям только в самые последние годы, когда гриф «секретно» был снят с воспоминаний

непосредственных участников этой войны — советских летчиков, моряков, военных инженеров, артиллеристов, непосредственно участвовавших в войне Севера и Юга.

В связи с этим особый интерес представляют перечисленные выше издания, а также многочисленные публикации советских газет «Правда», «Труд», «Известия», «Комсомольская правда», сообщавших регулярно о событиях гражданской войны. Чем интересны все эти материалы?

Во-первых, они позволяют увидеть подробности тех событий глазами их участников, а не просто очевидцев. Как известно, крупный план в изображении реальности дает возможность увидеть не только конкретный факт, но и почувствовать ту атмосферу, в которой описываемые события происходили. Во-вторых, из отдельных воспоминаний участников событий возникает *достоверная* картина происходящего. Невыдуманные эпизоды войны создают панораму событий, помогающую осмыслить происходящее: из множества субъективных эпизодов складывается *объективная* картина боевых действий. В-третьих, регулярная информация советской прессы дала возможность увидеть массовому читателю *повседневный* характер взаимоотношений не только двух стран, Советского Союза и Демократической Республики Вьетнам, но и почувствовать саму суть этих отношений: судьба далекой азиатской страны была небезразлична советскому читателю, хорошо понимающему, что такое война. В-четвертых, советская пресса писала о *реальной* гражданской войне в те годы, когда в мире шла столь же реальная *холодная* война, продиктованная непрерывным столкновением геополитических интересов капиталистических стран и стран, входивших в социалистический лагерь.

Все эти факторы делают актуальными изучение природы конфликтов, продолжающих беспокоить человечество: грань между холодной и обычной войной очень хрупкая — достаточно обратиться к событиям в Северной Африке, на Ближнем Востоке и на Корейском полуострове. Как подчеркивает И. Конорева, «актуальными остаются вопросы, касающиеся природы возникновения и характера развития международных локальных конфликтов. Экологически развитые страны пытаются, опираясь на цивилизационные основы, заложенные в более ранние исторические периоды, подчинять своему геополитическому влиянию менее сильные государства» [6].

Иными словами, цивилизация не отменяет варварства во взаимоотношениях между странами. Понятно, что любое воспоминание — это всегда субъективное погружение в прошлое. Любая информация, опубликованная 50—60 лет назад выглядит, кажется, сегодня как субъективное высказывание того издания, которое напечатало данное сообщение. Но любой публицистический текст обладает исторической

памятью, сохраняя представление о той точке зрения, которая была высказана десятки лет тому назад; любая история болезни (анализ) хранит то, что однажды происходило с человеком.

События, имевшие место когда-то, воспринимаются сквозь призму сегодняшнего дня. И это явление расширяет пространство восприятия происходящего когда-то. Любой текст (в том числе и официальный), опубликованный когда-то, воспринимается сегодня не только как *документ* эпохи, но и выглядит как мемуары, посылку на любом высказывании всегда лежит печать автора, подготовившего данный текст к публикации. С этих позиций и следует оценивать тот контент, о котором идет речь в данном исследовании.

Можно выделить четыре группы материалов, рассказывающих о ходе гражданской войны во Вьетнаме.

Первая группа — официальные материалы, содержащиеся в советской прессе середины шестидесятых-восьмидесятых годов.

Вторая группа — авторские публикации, принадлежащие советским журналистам, побывавшим во Вьетнаме в эти годы.

Третья группа — материалы вьетнамских авторов, работавших по обе стороны фронта.

Четвертая группа — воспоминания непосредственных участников событий. Эта группа публикаций отражает личные переживания действующих участников боевых действий и чрезвычайно интересна своим эмоциональным содержанием, но не всегда достаточно точно воспроизводит происходящее.

Любопытное замечание содержится в статье И. Конорева: «Приведенный анализ показал, что среди авторов воспоминаний в значительной степени преобладает идеализация всего того, что было связано с участием СССР (и их лично) во вьетнамской войне» [6]. В том, что в воспоминаниях участников событий много субъективных впечатлений, нет ничего удивительного. По данным газеты «Красная звезда», через вьетнамскую войну прошло 10,5 тыс. советских специалистов. По другим сведениям, за период с 11 июля 1965 г. по 31 декабря 1974 г. во Вьетнаме в качестве военнослужащих побывало 64359 генералов и офицеров Вооруженных Сил СССР.

Вот характерная подборка материалов в газете «Труд» за 28 апреля 1965 г. Опубликован Указ Президиума Верховного Совета СССР «Об объявлении 9 мая нерабочим днем». Важное событие в истории СССР — День Победы — вернул себе статус всенародного праздника. Здесь же на первой полосе размещена подборка материалов, посвященных событиям в Индокитае: «Делегация итальянской компартии проездом в Ханой». «Крепнет дружба с народом Южного Вьетнама». На второй полосе — письмо председате-

ля московского областного совета профсоюзов Г. Подельщикова «Прекратить игры с огнем!», тассовская информационная заметка «Призыв к трудящимся мира», информация из Ханоя «Во имя пролетарской солидарности», заметка из Боготы «Позор агрессорам» и еще одна тассовская информация «Американские стервятники в небе Лаоса».

Информационное противостояние очевидно: с одной стороны — это напоминание советскому народу о возвращении в государственный календарь Дня Победы, а с другой — напоминание о том, как нелегко путь к окончательной победе над врагом и как важна на пути к этой победе борьба всех демократических сил.

Газета «Комсомольская правда» 23 июня 1973 г. опубликовала подборку материалов под заголовком «Это было роковой ошибкой США», в которой говорится о скандале, разгоревшемся в Соединенных Штатах: газета «Вашингтон пост» опубликовала две статьи, в которых со ссылкой на Пентагон говорится о том, что вмешательство во внутривьетнамский конфликт было большой ошибкой.

«Комсомольская правда» дает цитаты из доклада Пентагона практически без комментариев, но и этого достаточно для того, чтобы читатель понял о крупнейшем провале в геополитике, проводимой Соединенными Штатами. В своей корреспонденции «Агрессор остается агрессором», переданной корреспондентом «Правды», А. Сербин пишет 30 июня 1971 г.: «Анализируя политику нынешнего правительства, “Нян Зань” отмечает, что Никсон обещал во время предвыборной кампании прекратить войну в течение короткого времени, но 2,5 года спустя эта война продолжается по-прежнему и даже расширяется. Каждый может видеть, что Никсон не оставил свою агрессивную политику, а постоянно стремится разжечь войну с помощью плана вьетнамизации доктрины Никсона».

Как известно, идея вьетнамизации войны оказалась ложной: вьетнамский народ оказался един в своем стремлении жить в единой стране, руководимой общепризнанными руководителями. Показательно, что советская пресса, поддерживала идею создания Вьетнама как единого демократического государства: она постоянно подчеркивала, что будущее Вьетнама в руках самого вьетнамского народа и что советские военные специалисты не воюют вместо вьетнамских вооруженных сил, а помогают вьетнамскому народу одержать победу над серьезным противником.

Так, Е. Кунгуров в своей статье «Советские войска во Вьетнаме. Какова была их задача?» пишет: «Две тысячи танков, семьсот легких и маневренных самолетов, семь тысяч минометов и орудий, более сотни вертолетов и многое другое было поставлено СССР в качестве безвозмездной помощи Вьетнаму. Практически вся система ПВО страны, оцененная

впоследствии противником как непроходимая для любого вида истребителей, была выстроена за счет СССР силами советских специалистов» [7].

Военная и другая материальная помощь была бы бессмысленна, если бы не сопровождалась подготовкой специалистов непосредственно во Вьетнаме и СССР. По подсчетам специалистов, поддержка Вьетнама обходилась Советскому Союзу в два миллиона долларов ежедневно. Понятно, что пресса об этом не писала. Очевидно и другое: в гражданской войне определяющую роль играет не только военное мастерство военнослужащих всех родов войск, но и вера людей в справедливость тех идей, которые общество защищает. Советские люди верили, что они помогают победить вьетнамскому народу в борьбе с американским империализмом. Вьетнамский народ был убежден, что борется за создание единого свободного государства, строящего общество на демократических началах.

*Воронежский государственный университет
Нгуен Минь Туан, аспирант факультета журналистики
E-mail: maihuong16101989@gmail.com*

ЛИТЕРАТУРА

1. New York Times. — 12.11.1950.
2. Буданцев А. Г. Американская агрессия во Вьетнаме / А. Г. Буданцев. — Москва, 1960.
3. Война во Вьетнаме. Взгляд сквозь годы. — Москва, 2008.
4. Зайцев А. С. Не отпускает меня память / А. С. Зайцев. — Москва, 2013.
5. Известия. — 18 апреля 1968.
6. Конорева И. А. Воспоминания советских участников войны во Вьетнаме как исторический источник при изучении локальных войн и конфликтов второй половины XX в. / И. А. Конорева. — URL: <http://docplayer.ru/37419221-Vospominaniya-sovetskih-uchastnikov-voyny-vo-vetname-kak-istoricheskiy-istochnik-pri-izuchenii-lokalnyh-voyn-i-konfliktov-vtoroy-poloviny-hh-v.html> (дата обращения: 25.01.2018).
7. Кунгуров Е. Советские войска во Вьетнаме. Какова была их задача / Е. Кунгуров // Военное обозрение. — 19 апреля 2012.

*Voronezh state University
Nguyen Minh Tuan, Postgraduate Student of the Journalism
Department
E-mail: maihuong16101989@gmail.com*

ЮМОР В ДЕТСКИХ ЖУРНАЛАХ ВЬЕТНАМА

Нгуен Тхи Май Хыонг

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 25 января 2018 г.

Аннотация: статья посвящена роли юмора в детских журналах Вьетнама. Анализируются как текстовые, так и изобразительные формы юмора, присущие этим СМИ.

Ключевые слова: юмор, звуковой мир, иллюстрация, комическая трактовка, олицетворение.

Abstract: the article is devoted to the role of humor in magazines for kids in Vietnam. Both textual and graphic forms of humor in the mass media are analyzed.

Keywords: humor, sound world, illustration, comic interpretation, impersonation.

Во Вьетнаме большое внимание уделяется воспитанию детей. Значительная роль в этом принадлежит детской прессе, особенно журналам. Их более тридцати, адресованы они детям любого возраста, в том числе и самым маленьким, которые только начинают ходить и понимать человеческую речь. Разумеется, дети полутора-трех лет не могут «работать» с журналом самостоятельно, это происходит при активном участии родителей. Журналы для дошкольников почти целиком состоят из картинок, которые малыши рассматривают вместе со старшими членами семьи. Им нравится всё новое, они охотно повторяют за родителями и запоминают незнакомые слова, подражают интонациям старших, пытаются ответить на вопросы, нравится или не нравится тот или иной персонаж или его поступок. Исследователь детской прессы Вьетнама Куинь Тхи Ким подчеркивает, что «пресса для дошкольников ориентируется главным образом на наглядное познание: ребёнок учится постигать звуковой и цветовой мир, мир животных и растений, окружающую среду» [1, 9]. Добавим, что здесь огромную роль играет юмор. Его исследователь Л. Пинский пишет в Литературной энциклопедии: «В отличие от собственно комической трактовки, юмор, рефлексирова, настраивает аудиторию на более вдумчивое (“серьезное”) отношение к предмету смеха, на постижение его “правды”, его, несмотря на смешные странности, а потому — в противоположность осмеивающим, разрушительным видам смеха — на (также своенравное) оправдание и защиту “чудака”» [2, 1012—1013]. Животные на картинках всех детских журналов наделены человеческими чертами характера. Лев в «Маленьком ученом» (№ 51, с. 28) сердито хмурит черные брови, рыбка-вуалехвост (там же, с. 24) приветливо улыбается кукольным личиком с бровками и ресничками. Благодаря такому изображению дети легче постигают такие качества

характера персонажей, как «добрый» — «злой». Во многих журналах, даже адресованных школьникам, животные наделены человеческими эмоциями: плачут, смеются, возмущаются. В «Цветах школьников» материалы из сельской местности, особенно касающиеся сельского труда детей, печатаются в отдельной рубрике. На страницах детских журналов много животных — героев мультипликации. Часто мультипликационные сюжеты бывают широко представлены на страницах журналов, что дает ребенку возможность в любой момент обратиться к сюжету полюбившейся сказки. Эти сюжеты также являются основой прилагаемых к журналу настольных игр, предполагающих путешествие из одного пункта в другой: на развороте журнала в виде серпантина представлен маршрут путешествия, с помощью кубика определяется количество «шагов».

Характерный для сказок прием олицетворения подчеркивается иллюстрациями. Так в журнале «Пионер Хо Ши Мина» (№ 125—126) в рассказе «Спасение муравьев» все действующие лица представлены похожими на людей — прямоходящими, разговаривающими, их королева — нарядно одетая, в короне. Помогаящая муравьям божья коровка — в очках и с лупой. То, что муравьи на самом деле во много раз меньше, чем на картинке, подчеркивается реалистическим изображением окружающей природы, где травинки — как деревья, а цветы больше, чем трон королевы.

Олицетворение с помощью иллюстраций характерно и для неживых предметов. Так в № 68—69 журнала для мальчиков «Мир автомобилей» изображено 218 машин. 196 из них — с глазами-бусинками на переднем стекле, остальные либо находятся на стоянке, либо — в ремонте, либо попали в аварию. Так указывается (уже в журнале для младших школьников, а у нас начинают учиться в 6 лет) на необходимость внимания и зоркости при управлении автомобилем. Этот пример ярко иллюстрирует

двузначную природу юмора с ее комическим и серьёзным аспектами. Соединение игрового мира с реальным позволяет ребёнку без напряжения усвоить правила движения. Анализируя подобные примеры, доктор философии Ольга Астафьева делает вывод, что «таким образом информационно-коммуникативные системы становятся важными локусами социализации, выступая источником постижения социокультурного опыта» [3, 166].

Вокруг изображенного на картинках начинается диалог с аудиторией. В нем участвуют даже те, кто только что научился писать, некоторым помогают старшие члены семьи, иногда они по собственной инициативе записывают и присылают в редакцию высказывания юных читателей, например:

- Бабушка, у меня скоро будет младший брат!
- Откуда ты знаешь?
- Потому что раньше, когда мама была в больнице, у меня появилась младшая сестра, а сейчас в больнице папа... («Пионер Хо Ши Мина, № 125—126, с. 11).

Нам не приходилось встречать таких «народных» анекдотов в российских журналах для детей, очевидно, их редакторы считают разговоры на подобные темы неуместными для младших школьников. Но, на наш взгляд, это прекрасный повод объяснить ребенку его появление на свет в семье, а не в случайной детской компании.

Стоит отметить, что многие подобные этому диалоги, приводимые журналами, заслуживают разговора с маленькими читателями. Например, в упомянутом выше журнале есть и такой диалог: «Су возвращается со дня рождения одноклассника. Мама спрашивает: “Ты поблагодарила хозяев за угощение, за приятно проведенный вечер?” — “Нет”. — “Почему?” — “Передо мной уходил наш одноклассник и сказал “Спасибо!”, а папа именинника ответил: “Ничего!”. Мне это показалось обидным, и я просто попрощалась». Нам кажется, что, печатая подобные диалоги, редакция ставит именно такую цель: обсудить проблему, с которой каждодневно сталкиваются маленькие школьники, не спеша, в семейном кругу. Как отмечает исследователь современных российских журналов Е. Зверева, «открытость, незамкнутость журналистики на уровне текста приводит к появлению особого комплекса, в котором диалог автора публикации и массовой аудитории направлен на обмен актуальной информацией» [4, 23].

Буквально все вьетнамские детские журналы делают всё возможное, чтобы поддержать этот диалог. В минувшем декабре во всех предновогодних журналах объявлялись и уже традиционные конкурсы на лучший карнавальный костюм, на лучшее новогоднее меню, на елочное убранство, сделанное своими руками, и новые конкурсы. Журнал «Маленькое солнце» в № 77 опубликовал портреты жирафа в галстук и собак в спортивных костюмах, а также уютные альковы для кошек и собак, «Мир машин» в № 68—69 подвёл итоги конкурса «Машина повара», поразившего организаторов и читателей множеством идей. Журнал «Маленький ученый» (№ 51) подвел итоги конкурса «Наш прошлый новый год», в котором дети участвовали вместе с родителями. И тут есть смысл вспомнить еще одно высказывание исследователя юмора Л. Пинского: «Исторически юмор выступает как личностный преемник безличного древнейшего типа комического — всенародного обрядно-игрового и праздничного смеха... В юморе “мнение” перестает быть мнимым, недействительным, ненастоящим взглядом на вещи, каким оно представляется сознанию безличному (традиционно-патриархальному), и, напротив, выступает единственно живой, единственно реальной и убедительной формой собственного (самостоятельного) постижения жизни человеком» [5, 1193]. Вьетнамские журналисты, пишущие для детей и создающие детские журналы, понимают это и активно используют юмор как важный фактор формирования личности юных граждан страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Huỳnh Thị Kim Thi. Báo chí cho trẻ em ở Thành phố Hồ Chí Minh: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Huỳnh Thị Kim Thi. — Хошимин, 2009.
2. Пинский Л. Е. Юмор / Л. Е. Пинский // Краткая литературная энциклопедия. — Москва, 1975. — Т. 8. — С. 1012—1013.
3. Астафьева О. Н. Киберпространство: возможно ли становление личности в квазисоциуме? / О. Н. Астафьева // ПОИСК. — 2005. — № 11. — С. 150—166.
4. Зверева Е. А. Современные российские журналы: теория и практика функционирования: автореф. дис. ... докт. филол. наук / Е. А. Зверева. — Воронеж, 2017.
5. Пинский Л. Е. Юмор / Л. Е. Пинский // Большая советская энциклопедия. — Москва, 1978. — Т. 30. — С. 1191—1195.

*Воронежский государственный университет
Нгуен Тхи Май Хыонг, аспирант факультета журналистики
E-mail: maihuong16101989@gmail.com*

*Voronezh state University
Nguyen Thi Mai Huong, Postgraduate Student of the Journalism Department
E-mail: maihuong16101989@gmail.com*

ПРОБЛЕМЫ АЛГОРИТМИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина

Поступила в редакцию 18 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается проблема организации работы журналистов в новых технологических условиях развития медийной сферы. На основании результатов проведенного социологического исследования авторы делают вывод о том, что наиболее продуктивным для региональных массмедиа является принцип алгоритмизации редакционной творческой деятельности. Поскольку он пока не получил достаточных оснований для системных выводов и рекомендаций прогнозного характера, предлагаются различные варианты обеспечения инструментальной (как правило, мультимедийной) поддержки транслируемым информационным продуктам и продвижения наиболее актуальных из них в социальных сетях, а также трансформации традиционных специализаций сотрудников СМИ.

Ключевые слова: журналистика, алгоритм, творчество, массмедиа, Интернет, мультимедиа, текст, диалог.

Abstract: the article deals with the problem of the organization of the work of journalists in the new technological conditions of development of the media sphere. Based on the results of the sociological research, the authors conclude that the most productive for regional mass media is the principle of algorithmization of editorial creative activity. Because he has not yet received sufficient grounds for the system's conclusions and recommendations forward-looking information, and there are different options for securing the tool (usually multimedia) support broadcast information products and promoting the most urgent of them in social networks and the transformation of the traditional specializations of members of the media.

Keywords: journalism, algorithm, creativity, mass media, Internet, multimedia, text, dialogue.

Проблематика организации творческой деятельности журналистов в новых технологических условиях развития медийной сферы вызывает сегодня множество споров среди практиков и дискуссий в научной среде. И это не удивительно, поскольку речь идет по сути о том, сохранится ли вообще в ближайшем будущем журналистская профессия. Ведь разрушенные Интернетом географические границы медиавоздействия все чаще выводили на первый план не только контент непосредственных участников событий и именитых блогеров, но и заставляли задуматься представителей прежде всего региональных СМИ над извечной дилеммой соотношения индивидуального и коллективного в творчестве.

При этом множество утверждений концептуального характера о факторах, определяющих эффективность журналистики как особого вида социально значимой деятельности, можно разделить на несколько обширных групп: когнитивные, ценностные, организационные, коммуникативные, эмоционально-психологические, собственно творческие и ряд других. Принято, к примеру, думать, что развитие сети Интернет — это решающий шаг на пути к информационному сообществу. И для непрофес-

сионалов — это нечто вроде информационной отдушины, позволяющей не только свободно общаться, но и выражать свое мнение по любому вопросу. По мнению квалифицированных экспертов, большинство людей, в том числе и представители властных структур, постепенно привыкают к этой мысли и приучают к ней каждого пользователя Глобальной сети. Однако, если разобраться в смысле понятия «информационное сообщество», то можно прийти к парадоксальному выводу: Интернет удаляет нас не только от информационного общества как некоего идеала кооперации современных технологий, но и от процесса интеграции и демократического развития тех или иных социумов.

Ведь в Интернете очень мало от информации (в традиционном ее понимании) и нет почти ничего от общества. Чтобы понять, что такое информация, нужно четко различать *сообщение* (или послание), его *интерпретацию* (или восприятие) и *коммуникацию*. Сообщение — это передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека. Интерпретация — это приобретаемое знание, расширение наших представлений о чем-то. Обозначив информацию как коммуникацию, побуждающую к действию, мы не можем заявить, что Интернет — это решающий шаг на пути к некоему коммуникационному обществу.

Он, скорее, некий *medium*, т.е. одновременно средство и среда виртуализации общества, превращения чего-то в своего рода виртуальную реальность.

И в этом случае, при потреблении, к примеру, политической информации или рекламы, человек все чаще имеет дело не с реальными объектами, а с их образом — симуляцией. Еще более сложные коммуникационные противоречия могут возникнуть при потреблении индивидуальной или социальной информации направленного действия, когда, к примеру, выступают в силу пропагандистские, пиаровские или откровенно лоббистские интенции адресата. О виртуализации же общества можно говорить, поскольку в деятельности людей, в их отношениях образы нередко замещают реальность.

Следовательно, рассматривать Всемирную сеть только как способ, средство, канал «соединения»/«разъединения» индивидуумов или социумов нельзя. Интернет все больше превращается из средства личных коммуникаций в форму публичной деятельности. А информационное общество с появлением Интернета и внедрением его в повседневную социальную практику приобретает принципиально новые качества. Какие? Покажет время. Но уже сегодня становится очевидным, что сугубо профессиональные методики подготовки журналистов имеют, или, по крайней мере, пока в идеале должны носить расширительный, медиаобразовательный характер. Связано это в первую очередь с тем, что в современном формирующемся информационном обществе каждый человек становится субъектом (актором) такого рода деятельности. Традиционные же СМИ в целом, а региональные массмедиа в частности, оказываются при этом не просто в конкурентной среде, но в явном проигрыше в силу того, что механизмы организации творческой деятельности зачастую «настроены» на использование приемов и методов гутенберговской, а не цифровой эпохи.

Вместе с тем, как наиболее продуктивный подход в контексте развития конвергентных возможностей современных региональных массмедиа, как мы выяснили в ходе исследования [1], пока не получил достаточных оснований для системных выводов и рекомендаций прогнозного характера принцип *алгоритмизации* редакционной творческой деятельности. Происходит это, с одной стороны, в силу перманентных изменений медийной практики, а с другой — по причине ее многоаспектности. В числе основных алгоритмов организации творческой деятельности в рамках современной конвергентной редакции массмедиа мы по результатам исследования выделили:

- *аналитическую деятельность* по сбору необходимой информации в зависимости от типа массмедиа;
- ее *дифференциацию* с учетом параметров актуальности и качественных характеристик (потенциальная адресность);

— *определение составляющих фактора эксклюзивности* данной информации (сравнительный анализ);

— *выявление исследовательского потенциала* дальнейшей творческой работы с конкретным информационным продуктом (только факт — информационные жанры, если за ним стоит явление — аналитические, художественно-публицистические жанры);

— *обеспечение инструментальной* (как правило, мультимедийной) *поддержки* транслируемым информационным продуктам;

— *продвижение наиболее актуальных из них в социальных сетях*;

— *сравнительный анализ результативности коллективной и индивидуально-творческой профессиональной деятельности* сотрудников массмедиа и работы прямых конкурентов с аналогичной информацией.

Можно отметить, что если первые четыре алгоритма можно в той или иной степени соотнести с организацией творческой деятельности в рамках реализации СМИ региона коммуникативных стратегий «нового журнализма» и пиаристики, которые были характерны для периода перестройки и 90-х годов XX века, то формирование и эффективная реализация остальных (конечно же, в совокупности с ними) обусловлена требованиями именно новейшего времени. Причем, как было выяснено, именно подобная алгоритмизация должна способствовать формированию у субъектов информационной деятельности *культуры трансляции текстов*. Мы определяем данный вид культуры как *совокупность технологий и способов адресной трансляции созданных профессионалами материализованных (как правило, мультимедийных) медиапродуктов, способствующих эффективной интериоризации духовных и социальных ценностей, актуальных для человеческой жизнедеятельности*.

Разумеется, у представителей различных типологических групп СМИ разные технологические (обусловленные прежде всего финансированием) возможности для включения в данный процесс. По результатам нашего исследования можно констатировать, что у респондентов было к тому же довольно разное понимание того, что характеризует собой процесс конвергенции.

Для подавляющего большинства опрошенных респондентов из числа руководителей и сотрудников региональных СМИ наличие газеты (73,9%) и сайта (51,1%) — уже свидетельство такой формы деятельности. А использование информационных возможностей социальных сетей (31,3%) для трети опрошенных нами респондентов не что иное, как «наиболее простой и дешевый способ самопрезентации СМИ и продвижения гвоздевых материалов» (из ответа одного из редакторов городской газеты).

С точки зрения организации коллективной и индивидуальной творческой деятельности в СМИ в рамках реализации коммуникативной стратегии конвергентной журналистики можно выделить ряд особенностей. К традиционным руководящим должностям топ-менеджмента — редактор, заместитель редактора, ответственный секретарь, заведующий отделом, продюсер, арт-директор и т.д. — в практике новейшего времени добавились специалисты таких направлений, как заведующий редакцией (широко распространённый на западе опыт совмещения должностных обязанностей по набору сотрудников и контролю за выполнением ими контрактных обязательств), коучер, креативный директор и ряд других.

Рассматривая **мультимедийные возможности современной журналистики** не просто как *определённый способ представления контента, но как нацеленность на результат творческого труда по созданию и трансляции медиапродукта, который, как правило, посвящен одной теме и сочетает в себе сразу несколько форматов — фото, видео, вербальный текст, инфографику, интерактивные компоненты диалоговых отношений с аудиторией*, мы неизбежно столкнемся с тем, что на первый план выходит при этом проблема эффективной организации данного рода деятельности и поиска объединяющей сотрудников творческой идеологии. Комбинации форматов могут быть разные, но как у отдельной публикации, так и у их совокупности всегда есть (или должны быть при системной работе массмедиа) общие смыслы, цели, тематические диапазоны, реализуемые в представляемой массовой аудитории проблематике.

Авторитетный тренер-консультант в сфере массмедиа Оксана Силантьева пишет по этому поводу: «В мультимедийной журналистике есть разные специализации, в том числе и та, которая стала популярным образом — мобильный журналист с мультимедийным рюкзаком. Человек, владеющий и словом, и картинкой, и интерактивом. Да, такие есть. Но это — одна из специализаций, ею мультимедийная журналистика не исчерпывается. В отличие от распространенного мнения, мультимедийная журналистика — это не дело одиночек. Это — командная работа, причем высококвалифицированная. Есть мультимедийные журналисты, есть одномедийные. И это нормально. Совершенно необязательно всех в редакции переручивать на «рюкзачников». Дальше встает вопрос грамотного менеджмента — как увязать множество разнообразных бизнес-процессов в редакции, чтобы медиапродукты были экономически эффективны, интересны аудитории, а работа в редакции не приводила к перегрузу и нервным срывам» [2].

В данном контексте мы, на основании проведенного исследования, предлагаем принципиально новый подход к осмыслению современной практики работы конвергентной редакции региональных СМИ. И убеждены при этом, что культура трансля-

ции медийных текстов должна быть сопряжена также с **культурой сопровождения**. Трансляция в этом понимании — это их представление аудитории, сопровождение — действия, способствующие не только интериоризации, но и решению при посредстве конкретного текста или их совокупности ряда других задач — идеологического, экономического, имиджевого характера и ряда других. Существующий в науке о журналистике термин *затекст*, характеризующий, по мнению исследователей, часть фоновых знаний, необходимых для адекватной интерпретации и понимания конкретного текста (Б. В. Потятыник, Е. В. Рожкова), на наш взгляд, в условиях развития Интернета уже не в полной мере отражает эти изменения. Ведь любой медийный текст обладает сегодня при его трансляции в Глобальной сети не только таким качеством, как высочайшая оперативность или представленность в режиме реального времени. Во-первых, он находится при этом в остроконкурентной информационной среде, во-вторых, далеко не факт, что в случае пассивного «выкладывания» текстов новостные агрегаторы «не уведут» представителей вашей аудитории к другим источникам, освещающим данную тему, и, в-третьих, медийные тексты сегодня «живут» в Сети практически неограниченное время, что открывает возможности для долговременных интеракций с человеком или в целом даже с представителями тех или иных социумов.

Следовательно, составляя карту актуальных медийных компетенций, отражающих процессы функционирования в условиях конвергенции отдельного массмедиа, СМИ, представляющих ту или иную типологическую группу, или отрасль в целом, необходимо данные факторы не просто учитывать, но и соотносить их с формированием и развитием профессиональной культуры журналистов в разных ее проявлениях.

Почему возникла необходимость в такого рода научно-методологическом выделении? Практика свидетельствует: процессы создания и трансляции текстов с помощью умелой верстки, профессионально выполненного дизайна СМИ сегодня невозможно отделить от того, что включает в себя не только традиционное маркетинговое или пиаровское (в рамках саморекламы и продвижения массмедиа) их сопровождение, но и «сейлз-технологическое».

Sales Promotion, как известно, — это комплекс мероприятий по стимулированию активности продаж продукции, направленный на покупателя и других объектов товарооборота. По аналогии с данным термином, как нам представляется, можно выделить и описать деятельность по стимулированию потребления того или иного медийного продукта (прежде всего с использованием новейших информационных технологий). В связи с этим важным представляется и аспект подготовки для редакции специалистов соответствующего уровня квалификации и, что важ-

но, обладающих соответствующими этой в высшей степени креативной должности инструментальными навыками и мировоззренческими установками.

Формируя **карту актуальных медийных компетенций**, мы с неизбежностью столкнемся с тем, что должны разделить при этом процессы не только медиапроизводства, трансляции продуктов, сопровождения информации, но и как отдельную проблему выделить при этом аспект подготовки и повышения квалификации топ-менеджеров конвергентной редакции. Именно последнее обстоятельство, как показал наш опрос, препятствует на уровне деятельности не только городских СМИ, но и многих областных и даже федеральных эффективному внедрению в практику новых информационных технологий. О недостаточной квалификации или в связи с этим об отсутствии возможности систематически получать необходимые знания в данной сфере заявили 46% респондентов из числа редакторов массмедиа.

Карта актуальных медийных компетенций журналиста в рамках алгоритмизации профессиональной деятельности как системы путей решения ряда актуальных задач социальным институтом журналистики и определяющей стратегию действий, структурирована нами на три раздела. В первый из них мы включаем процессы медиапроизводства. 26% опрошенных респондентов из числа журналистов отметили, что в их редакциях сегодня реализуется принцип универсальной деятельности, то есть автор изначально реализует творческую деятельность по сбору разноформатного мультимедийного материала, сам готовит его к публикации и лишь на стадии трансляции передает тексты группе верстальщиков или web-мастеров. Вместе с тем практически все остальные в той или иной формулировке заявили о своей работе лишь в одном каком-то формате, причём 68% сотрудников городских газет и сетевых изданий отметили, что «универсализм ведёт к поверхностности» или что «не готовы профессионально выполнять работу в смежных специализациях без достаточной подготовки».

На наш взгляд, полученные данные и мнения экспертов свидетельствуют о том, что процесс медиапроизводства в современных условиях может отражать не только тенденцию все большей универсализации деятельности субъектов (что естественно для оперативной информационной работы), но и оправданное стремление к его «нишевости». Это нужно отнести прежде всего к аналитической и художественно-публицистической деятельности журналистов. Следовательно, алгоритм, при посредстве которого обеспечивается инструментальная/мультимедийная поддержка транслируемых информационных продуктов, предполагает сегодня деление редакционных специализаций не только на «творческие» и «технические», но и появление тех, что характеризуются определённой «нишевой».

Это может быть редакторская работа или деятельность редактора фактчекера, журналиста данных (Big Data), написание сценариев, формулирование заголовков и апробированных для поисковиков лидов публикаций, создание интерактивного фото-, аудио-, видеоконтента, работа менеджера проектов и т.д.

А алгоритмы по продвижению наиболее актуальных публикаций в социальных сетях, а также деятельность специалистов, анализирующих работу прямых конкурентов, прямо соотносятся с тем, что мы обозначили как культуру трансляции и сопровождения медийных текстов. Она определяет, на наш взгляд, тенденцию к появлению в редакциях прежде всего такой специализации, как профессионал сферы сегментирования массовой аудитории. Наш анализ контента и ответы респондентов из числа руководителей СМИ подтвердили гипотезу, что работа с аудиторией ведётся чаще всего на «интуитивном уровне» или «на основании личного опыта» (здесь и далее прямое цитирование ответов экспертов. — В. О., Е. О.). Однако обращение к социологическим данным или рейтингам автоматизированных систем мониторинга средств массовой информации «*позволяет зафиксировать лишь общие тенденции, не всегда относящиеся к изданиям нашей типологической группы*».

Следовательно, современная практика свидетельствует о насущной необходимости в условиях развития конвергентной журналистики, конечно же, с одной стороны, соотносить процессы редакционного менеджмента со своими финансовыми и организационными возможностями, а с другой — учитывать, что понятие «актуальная маркетинговая деятельность» должно быть взаимосвязано именно с «низовым» (нишевым) уровнем анализа, определяющем в конечном итоге эффективность медийной деятельности конкретного СМИ.

В связи с чем в карте медийных компетенций всех типов массмедиа, как было предложено экспертами, должны быть сегодня отражены также такие специализации, как «модератор пользовательского контента» (27% от общего числа ответивших), «менеджер по формированию локальных сетевых сообществ» (18%), «эвент-менеджер, организатор конкурсов и массовых мероприятий» (14%); назывались также «специалисты в области краудсорсинга, краудфандинга, медиафраншизы» (5%), «составитель бэкграундов, PR-менеджер» (3%), «квестовый журналист» (2%) и ряд других.

Причем сегодня, как в целом свидетельствует медийная практика, есть потребность в подготовке узких специалистов в зависимости не только от типа массмедиа, но и от ситуативных рыночных потребностей или в связи с планируемой тематической информационной кампанией. Некоммерческая организация Center for Sustainable Journalism несколько лет назад сделала прогноз относительно профессий,

которые, по их мнению, должны будут в перспективе дополнить профессиональный ландшафт редакции любого СМИ [3]. Как выяснилось, потребовалось не так уж и много времени, чтобы прогностическое стало реальностью. Оптимизатор заголовков, подстраивающий названия публикаций под поисковые системы ради увеличения трафика из поисковиков, сегодня есть во многих ведущих СМИ, или, по крайней мере, это вменяется в обязанность конкретного работника группы выпуска. Social Media Reporter / Aggregator — редактор социальных медиа, отвечающий за сбор информации в социальных медиа и проверку фактов, а также Story Scientist — исследователь контента, изучающий массово-коммуникационное поведение и «сезонные» информационные пристрастия пользователей в социальных сетях, тоже наличествуют во многих СМИ.

Добавим и упоминавшегося уже Data Detective — редактора инфографики, а также Slideshow Specialist — специалиста по слайд-шоу, отвечающего за визуально-динамический ряд, Viral Meme Checker / Viral Video Maker — специалистов по вирусному маркетингу и т.д. и т.п. Многим рядовым журналистам вменяется в обязанность представлять в разных форматах (прежде всего дискуссионного характера) свое творчество в социальных сетях. Но не редкость, когда специалист по гражданской журналистике чаще всего с помощью редакционного форума поддерживает медиакампании, рассчитанные на вовлечение в обсуждение той или иной проблемы большого числа пользователей и блогеров.

На наш взгляд, эта тенденция обусловлена и изменениями установок массовой аудитории к постоянно увеличивающемуся потоку информации, транслируемой по различным каналам. Поскольку совершение индивидом рационального выбора в той или иной коммуникативной ситуации не является аксиоматическим, а, как правило, требует дополнительной аргументации для выделения главного, то рядовой пользователь вынужден даже на эмпирическом уровне как-то её «фильтровать». В этом смысле в психологии принятия решений принято разделять поведение людей на «проблемное» (решение актуальной задачи) и «автоматическое» (действия по привычке). Так, к примеру, экономисты выделяют ряд предпосылок «распространения привычного потребления в мегаполисах: экспоненциально растущий объем информации о товарах и рынке, значительно увеличивающий долю затрат на её обработку; рост и диверсификация предложения товаров, доступных для выбора потребителем; рост временных и транспортных издержек. Эти факторы в совокупности приводят к тому, что жители мегаполиса в каждодневном экономическом поведении отдают предпочтение привычному потреблению и выбирают уже проверенные товары, услуги и маршруты, а к рациональному выбору из большого количества альтернатив-

ных стратегий прибегают только в нетипичных или разовых ситуациях» [4, 138—139]. Как мы выяснили на примере ряда региональных периодических изданий, сохранение и продвижение сформировавшихся за десятилетия брендов способствует тому, что данные модели поведения во многом характеризуют сегодня и их аудиторию.

Вместе с тем в ходе исследования также выяснилось, что региональные массмедиа очень часто копируют у федеральных не только форматы представления различных жанров медиатекста и концептуальные основы организации деятельности (в частности, в принципах отбора информационных поводов, выбора героев публикаций и т.п.), но и тематическую палитру представляемой массовой аудитории информации, не говоря уже о стандартизированных во многом формах подачи контента.

В качестве примера, демонстрирующего, насколько соотносимы зачастую эти параметры у федеральных и региональных массмедиа, мы можем привести результаты сравнительного анализа содержательных и оформительских моделей массмедиа разных типологических групп. В 2011—2013 гг. и 2014—2016 гг. мы, используя методы контент-анализа и сравнительного анализа текстов (за один и тот же период подсчитывалось количество «взаимопересечений»), выяснили, что «бумажные» и web-версии газет — «Кыштымский рабочий», «Вперед» (г. Троицк) из Челябинской области, «Маяк» (г. Сысерть), «Серовский рабочий» из Свердловской области, «Новый город» (Ханты-Мансийский автономный округ), «Искра» (г. Кунгур, Пермский край) и ряд других — можно было соотнести не только между собой, но и с некоторыми федеральными изданиями, в частности «Комсомольской правдой», «Российской газетой», а также с такими популярными сетевыми изданиями, как Lenta.Ru, «Газета.Ru».

Опрошенные нами эксперты, в том числе и из этих СМИ, в большинстве своем соглашались с тем, что «в современной журналистской деятельности под воздействием новых технологий многие информационные тренды имеют универсальный характер». А также отмечали, что существуют и такие понятия, как «мода на ту или иную тематику», «удобная рубрикация», «прагматичный дизайн» и «востребованная продвинутыми пользователями навигация». К тому же, по мнению большинства опрошенных, развитие интерактивности, вовлечение в процесс текстотворчества блогеров, авторов «живых журналов», популярных медийных персон сегодня не просто тренд или составляющая модели взаимодействия с аудиторией и социальной технологией, но и «способ решения массмедиа задач коммерческого характера, сугубо маркетинговых технологий». Характерно, что примерно четверть опрошенных из более чем двухсот респондентов в той или иной форме отметили тот факт, что «перепевание друг друга или в целом

пожелтение многих СМИ — это данность, которая диктуется рынком».

Георгард Толкачев, технический редактор сайта www.ozersk74.ru (г. Озёрск Челябинской области), говоря о все большей универсализации контента, при этом акцентировал внимание на том, что «если хочешь добиться внимания аудитории, забудь о географических границах. Случилось событие, освещение которого входит в компетенцию конкретного журналиста, он должен уметь буквально в считанные минуты оценить важность события для области, города, подготовить «каркас» материала, наполнить его местными подробностями и иллюстративным материалом (по возможности). Для этого журналист должен быть опытным пользователем компьютера и Интернета. А еще у него всегда должны быть контакты с авторитетными экспертами. И тоже живущими хоть в Америке».

Суммируя изложенное, можно сделать вывод, что общая креативная среда повседневной деятельности региональных массмедиа, творческая составляющая личности субъекта информационной деятельности и его индивидуальные технологии, умения и навыки владения новыми техническими устройствами и программным обеспечением являются важнейшими характеристиками результативности, определяющими информационную культуру журналистского сообщества в целом. Сложность предметного поля современной конвергентной журналистики и алгоритмизация деятельности ее субъектов в условиях перманентного развития технологий получения информации, создания и трансляции контента характеризуется не только тем, что при этом главенствующим фактором, определяющим внимание аудитории, является оперативность. Быстро меняющаяся информационная повестка и «рыночная стоимость» тех или иных фактов практически минимизируют возможность работы с эксклюзивной информацией публицистического характера. Вместе с тем в этих условиях, как свидетельствует проведенное исследование, массмедиа значительно расширили свою проективную деятельность. К примеру, выяснилось, что некоторые СМИ даже ввели в редакциях должности «руководитель медиапроектной деятельности» (7% ответивших) и «организатор медиаакций» (3%).

Сравнивая контент СМИ Уральского региона, мы также выяснили, что в 2011 году проектные публикации занимали у них в том или ином месяце в среднем 3—4% от общего числа неинформационных публикаций, в 2013 уже 5—7%, а в 2015 — до 9—12%. Только один факт. Парадоксально, что в общей информационной и федеральной повестке дня, а также, судя по числу посетителей и читателей, комментариям в социальных сетях, мультимедийный контент интернет-телевидения ЕТВ (Екатеринбург) значительно превалировал в сравнении с сугубо телевизионным контентом. Это и не удивительно, поскольку у этого

массмедиа проекты (истории) занимали в отдельные месяцы 2015—2016 гг. до 20% от общего числа неинформационных публикаций.

Как принципиально новую тенденцию организации деятельности конвергентных редакций, в том числе и в регионах, следует выделить и создание так называемых мультимедийных информационных центров (МИЦ). Данного рода работа в рамках отдельной редакции или даже холдинга зачастую слишком затратна или малоэффективна в силу ограниченности ресурсов, в том числе организационно-творческого характера. Поэтому, к примеру, даже такой крупный игрок на информационном рынке, как газета «Известия», в 2017 году приняла решение осуществить объединение своих мультимедийных ресурсов в рамках МИЦ с информационными продуктами новостных служб петербургского «Пятого канала» и РЕН ТВ. Задача при этом, по словам генерального директора Национальной медиагруппы, в которую входит газета, Ольги Паскиной, не только войти в топ-5 новостных ресурсов Рунета, но и «освобождение дополнительных ресурсов под развитие. Очевидно, каждый канал по отдельности не может тратить на новости столько же, сколько главные федеральные каналы. Если мы объединяем службы, то наши возможности сильно вырастают. <...> Жизнь газеты имеет свой горизонт. И либо бренд со временем будет терять свою аудиторию, либо мы ее наполним новыми смыслами» [5].

Практика свидетельствует, что подобное объединение мультимедийных ресурсов на основе алгоритмизации деятельности очень перспективный путь не только совместного развития технологических возможностей региональных массмедиа по трансляции мультимедийного контента, но и важный фактор творческого роста сотрудников, формирования и развития их профессиональной культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социологическое исследование «Конвергентная журналистика глазами работников СМИ». Руководитель — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати УрФУ Е. В. Олешко. Всего в период с 12 сентября 2014 г. по 2 февраля 2016 г. было проведено контент-аналитическое исследование 12 массмедиа Уральского и Приволжского федеральных округов, а также с использованием метода стандартизированного интервью был опрошен 261 эксперт, представляющий массмедиа Уральского и Приволжского федеральных округов.
2. Силантьева О. Мультимедийная журналистика — это больше, чем «работать на сайте» / О. Силантьева. — URL: <http://sila.media/multimedia/whatismultimedia/> (дата обращения: 03.03.2018).
3. 11 новых специализаций журналиста и пиарщика. — URL: <http://jarki.ru/wordpress/2011/09/25/2668/> (дата обращения: 11.02.2018).
4. Шишкина Т. Особенности потребительского поведения в условиях мегаполиса / Т. Шишкина // Экономическая социология.

ческая культура мегаполиса: Сб. тезисов V Межд. научной конф. Центра иссл. эк. культуры ф-та свободных искусств и наук СПбГУ.— Санкт-Петербург: ЦИЭК СПбГУ, МЦСЭИ «Леонтьевский Центр», 2016.

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина

Олешко В. Ф., доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий
E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Олешко Е. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий
E-mail: pps2424@mail.ru

5. Калинина Н. У «Известий» появится свой новостной канал. Для раскрутки задействуют всех журналистов / Н. Калинина.— URL: <https://ura.news/news/1052285941> (дата обращения: 24.02.2018).

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

Oleshko V. F., Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Head of the Periodicals and Online Publications Department
E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Oleshko E. V., Candidate of Philological Sciences, associate Professor. Associate Professor of the Periodicals and Online Publications Department
E-mail: pps2424@mail.ru

«ВЕРНЫЕ СЫНЫ РОССИИ» (РЕДАКТОРЫ ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ СЕРЕДИНЫ XIX ВЕКА)

И. А. Сурнина

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 20 июля 2017 г.

Аннотация: в статье впервые представлены редакторы деловой прессы середины XIX века. Среди ключевых фигур названы: И. В. Вернадский, М. Я. Киттары, Ф. В. Чижов. Указаны редактируемые ими издания, отмечены ключевые темы статей, их роль и влияние на внутреннюю политику России. Оценен вклад редакторов в развитие отечественной экономической журналистики.

Ключевые слова: экономические газеты и журналы, редактор, реформы.

Abstract: in the article the editors of the business press of the middle of the XIX century are presented for the first time. Among the key figures named: I. V. Vernadsky, M. Ya. Kittara, F. V. Chizhov. The editions edited by them are named, the key topics of the articles, their role and influence on Russia's domestic policy are noted. The contribution of editors to the development of domestic economic journalism is estimated.

Keywords: economic newspapers and magazines, editor, reforms.

У истоков деловой прессы России стояли замечательные люди, многое сделавшие не только для развития экономических изданий, но и для всей русской журналистики в целом.

После восшествия на престол Александра II в феврале 1855 г. началась либерализация общественной жизни. Он понимал необходимость реформ не столько в силу своих убеждений, сколько как военный человек, осознавший уроки Крымской войны, и как император, для которого превыше всего были престиж и величие державы. Уже 3 декабря 1855 г. был закрыт секретный Бутурлинский комитет, созданный для «высшего надзора за духом и направлением печатаемых в России произведений» (1848—1855); начались изменения внутривластного курса (подготовка ключевых реформ: крестьянской, земской, судебной).

Естественно, что подобные события не могли остаться незамеченными писателями, публицистами, учеными. Уже во второй половине 1850-х — начале 1860-х гг. появилось значительное число новых печатных изданий, среди которых «Русский вестник» М. Каткова (1856—1887), «Русская беседа», редактируемая А. Кошелевым (1856—1860), «Русское слово», редактируемое Г. Благодетелевым (1859—1866), «Время» братьев Достоевских (1861—1863). Нельзя не сказать и о выходе специализированных журналов по военному делу (например, созданный в 1858 г. по инициативе военного министра Д. Милютин ежемечасный журнал «Военный сборник», просуществовавший до 1917 года), сельскому хозяйству («Журнал земледельцев», издававшийся в 1858—1859 годы), юриспруденции («Журнал Министерства юстиции», который выпускался в 1859—1868 годах), педаго-

гике (среди них «Русский педагогический вестник», выходивший в 1857—1861 годах), медицине (журнал «Московская медицинская газета», выходивший два десятилетия с 1858 по 1878 гг.). Только за первое десятилетие после упразднения Высшего цензурного комитета в России появилось около четырехсот новых газет и журналов самого разного профиля.

Особняком среди них стоят промышленные, сельскохозяйственные, торговые издания. Подобные газеты и журналы существовали в России с конца XVIII в., например «Сельский житель, экономическое в пользу деревенских жителей служащее издание» — первый экономический журнал (1778—1779), издаваемый А. Болотовым; «Экономический магазин», издаваемый Н. Новиковым в 1780—1789 годах, первый сельскохозяйственный журнал в России. Министерство финансов начало издавать с 1825 г. журнал «Мануфактура и торговля» и с 1839 г. газету «Мануфактурные и горнозаводские известия», цель которых — сообщать владельцам фабрик и заводов полезные и необходимые для них сведения. Также выходила газета «Купец» (1832—1835), содержащая сведения о торговых домах, заводах и фабриках, условиях приобретения товаров, «Журнал общепользных сведений, или Библиотека по части промышленности, сельского хозяйства и наук» (1833—1839, 1847—1859), издаваемый под патронажем Экономического общества. Во многих печатных органах появлялись экономические отделы (в журнале «Библиотека для чтения» — «Промышленность и сельское хозяйство» (отдел IV).

Наибольший интерес представляют органы периодической печати, которые ставят специальной задачей отстаивание политических и экономических интересов торгово-промышленной буржуазии, освещение нужд промышленности, как их понимает данный

общественный класс. Особенно много таких печатных изданий вышло в период с 1857 г. и по 1863 г. Они появлялись почти одновременно, но были недолговечны (за некоторыми исключениями), прекращали свое существование в основном из-за финансовых проблем.

В период с 1855 г. по 1865 г. в России выходило более десятка экономических изданий, ориентированных на буржуазно-либеральную общественность и торгово-промышленные круги. Часть из них была официальными правительственными печатными органами министерств и департаментов, например, журнал департамента мануфактур и торговли «Промышленность» (1861—1863), выходивший под редакцией В. Струбинского, или орган Министерства финансов «Указатель правительственных распоряжений по министерству финансов» (1865—1884), редактируемый А. Корсаком.

Но большинство изданий не зависело от государственных структур. Их редакторами и издателями становились деятели, самостоятельные, не связанные с госструктурами, с официальной печатью. Они вкладывали собственные средства, сами разрабатывали концепции своих будущих изданий, искали авторов, терпели убытки, но тем не менее продолжали выпускать деловые издания, столь необходимые развивающейся российской промышленности рубежа 1850—1860 гг.

Остановимся подробнее на некоторых ключевых фигурах издателей и редакторов. Одним из первых в обозначенный выше период стали выходить журнал И. Вернадского «Экономический указатель» (1857—1861) и приложение к нему журнал «Экономист» (1858—1865), выступавшие за фритредерство, то есть за свободную торговлю, устранение контроля государства над экономической жизнью.

Иван Васильевич Вернадский (1821—1884) был его издателем и редактором. Он являлся одной из важнейших фигур в становлении и развитии экономической журналистики в России. Родился Вернадский в Киеве в 1821 г. в семье военного врача. Окончил философский факультет университета святого Владимира в Киеве, написав работу, в которой критически рассматривались «замечательнейшие мнения народов и мыслителей о состоянии человеческих душ за гробом», которая была награждена золотой медалью. В 1841 г. получил степень кандидата философских наук.

С 1842 г. Вернадский начал заниматься политической экономией и вскоре получил предложение занять кафедру по данному предмету в университете св. Владимира в Киеве. Для усовершенствования знаний в политэкономии в 1843 г. Вернадский отправился в Европу. Три года он провел в Германии, Франции, Англии, Австрии, Швейцарии, Италии, Бельгии и Голландии, где слушал лекции различных профессоров, среди которых ведущие политэкономы А. Ри-

дель (немецкий экономист, изучавший предпринимательскую прибыль) [1, 10], К. Риттер (немецкий географ; в основе его метода было изучение «земли и ее населения, которые могут быть поняты только в тесной связи друг с другом. Страна влияет на жителей, а жители на страну») [2, 594], А. Бланки (французский экономист, сторонник идей Ж.-Б. Сэя, который полагал, что в процессе производства создаются не материальные блага, а услуги, и выделял три фактора производства: труд, капитал, землю.), М. Шевалье (французский экономист, занимавшийся вопросами прикладной экономики, сторонник фритредерства, особенно энергично выступал за строительство железных дорог и вообще путей сообщения) [3, 320] и другие. После путешествия по зарубежным странам Вернадский прибыл в Петербург, в университет, где выдержал экзамен на степень магистра политической экономии и статистики (диссертация «О теории потребностей», 1847).

Степени доктора исторических наук он удостоился в 1849 г. уже в Московском университете (диссертация «Историко-критическое исследование об итальянской политико-экономической литературе до начала XIX века»), где с 1850 г. начал работать на кафедре политической экономии.

С журналистикой и публицистической деятельностью Вернадский связал себя в 1840-е гг. До издания «Экономического указателя» Вернадский написал несколько работ: «Критико-историческое исследование об итальянской политико-экономической литературе до начала XIX века» (1849), «Политическое равновесие в Англии» (1855), «Исторический очерк практической статистики» (1855), «Очерк теории потребности» (1857), «Очерк истории политической экономии» (1858).

Его имя стало известным и за рубежом. В 1859 г. его выбрали членом Статистического общества в Лондоне и членом Центрального статистического бюро в Брюсселе.

В конце 1860-х — первой половине 1870 гг. он был тесно связан с Харьковом: в 1869 г. стал управляющим конторой Государственного банка, с 1870 г. состоял там же председателем Общества взаимного кредита и помощником председателя Харьковского статистического комитета, имея уже чин действительного статского советника.

В 1876 г. Вернадский переселился в Петербург; где в 1884 г. умер в возрасте 73 лет.

Вернадский был яркой выдающейся личностью, он интересовался разными сферами деятельности: экономикой, историей, философией, политикой, культурой разных стран, владел несколькими иностранными языками. Путешествуя по Европе, свои дневниковые записи всегда вел на языке страны (немецком, французском, английском, греческом).

Как ученый, Вернадский являлся последователем манчестерской школы политической экономии,

то есть — сторонником фритредерства, и настаивал, что государству необязательно устанавливать монополию на экономическую деятельность, использовать запретительные таможенные пошлины, регулировать длительность рабочего дня, формировать фабричное законодательство и тому подобное. Принципы свободной торговли он активно отстаивал на страницах своих периодических изданий, вел полемику с И. Бабстом и журналом «Вестник промышленности» Ф. Чижова, которые являлись защитниками протекционизма.

Преподавая политическую экономию, Вернадский не ограничивался одной страной или одним народом, а представлял статистические законы на основании данных, взятых из всех обследованных им стран. Состав населения, народный быт занимали значительное место в его лекциях. В финансовой части он старался выяснить зависимость политической экономии от степени экономического развития народа.

Естественно, Вернадский, как политэконом, пытался заострить внимание современного ему общества на проблемах экономики. Именно с этой целью он с 1857 г. и начал выпускать в Петербурге еженедельный журнал «Экономический указатель», а с 1858 г. и приложение к нему — журнал «Экономист», впоследствии ставший самостоятельным изданием.

На страницах данных печатных органов отстаивались принципы экономической свободы, частной собственности, свободного труда и т.д. [4]. Темы материалов были весьма разнообразны: освобождение крестьян, строительство железных дорог, развитие промышленности и образования, женская эмансипация. Вернадский отрицал и крупную помещичью собственность. По его мнению, труд есть «главный и единственный источник богатства», он основа не только отношения человека к природе, но и отношения человека к человеку.

В отношении крестьянского вопроса Вернадский выступал против принципа общинного пользования, который, по его мнению, несовместим с успехами сельского хозяйства, так как при нем не может быть прогресса. Указывал он и на особенные свойства каждого земельного участка, и на минусы коллективного производства, и на невозможность осуществления торговли землей и использование поземельного кредита и пр. [5, 475; 6, 545—546; 7, 633—637; 8, 1016; 9, 604]. Несмотря на убедительность аргументов против общины, все же Вернадский борьбу проиграл, крестьянская реформа проведена была не совсем так, как желалось Вернадскому: община сохранилась; помещики сохраняли собственность на все принадлежавшие им земли, но обязаны были предоставить в пользование крестьянам «усадебную оседлость» и полевой надел; за пользование надельной землей крестьяне должны были отбывать барщину или платить оброк и не имели права отказа от нее в течение девяти лет; крестьянам предоставлялось право выкупа усадьбы и по согласованию с помещиком — полевого надела,

до осуществления этого они именовались временно-обязанными.

С проблемой крепостного права Вернадский связывал и тему свободного труда, который являлся, по его мнению, одним из главных стимулов к развитию промышленности. Свободный труд основан на личной независимости, на общественной вере, доверии, на образовании, развивающем умственные силы народа [6, 452]. Без этих трех компонентов невозможен никакой труд и никакое дело [5, 50]. Труд — единственный источник народного богатства: «Труд — великий источник, из которого истекают и крепость сил и разума, и сила воли... труд — не только право, но и обязанность каждого человека» [10, 310].

Конечно, Вернадский, понимал, что нужно России для развития промышленности и торговли, поэтому в своих изданиях пытался обратить внимание всё еще недостаточно образованного купечества на принципиально важные вещи: на крупный капитал, который делал возможным разделение труда, что являлось главным условием расширения рынка и успешного развития производства, в том числе и машинного.

В середине XIX в. общество раскололось на два лагеря: тех, кто выступал за протекционизм, и тех, кто были сторонниками фритредерства, то есть сторонниками свободной торговли. Вернадский на страницах своего журнала пытался отстоять преимущества свободной торговли. «Свобода для торговли действительно необходима. Возвышенная пошлина на товары или запрещение ввозить их — ненадежная заграда», — полагал он в материале «Заметка» [11, 1184]. Именно потому тариф 1857 г., по его мнению, заслуживал одобрения. Он носил охранительный характер и защищал русских производителей от иностранной конкуренции: по нему снижались лишь пошлины на сырье и полуфабрикаты (например, олово, щавелевую кислоту и др.).

Помимо отбора материала в своих журналах и его редактирования Вернадский являлся активным автором. В каждом номере публиковалось по несколько его материалов. К наиболее значительным можно отнести «Значение природы в государственном хозяйстве» и «Американская торговля» (№ 1, 1857), «Нечто о средствах сообщения», «Об условиях благосостояния», «Прибыль народонаселения в России» и «Чугунки» (№ 2, 1857), «Нечто о тарифе» и «Политико-экономическое обозрение» (№ 24, 1857) и др. [24, 97—257].

Благодаря деятельности Вернадского журналы «Экономический указатель» и «Экономист» были интересны и полезны читателям, сведущим в вопросах политической экономии, финансов.

Не менее весомыми для развития отечественной деловой печати были заслуги М. Я. Куттары (1825—1880). Эта заметная фигура в истории русской науки

и журналистики долго оставалась в тени исследователей: биография Киттары недостаточно изучена, собирать сведения приходится по крупицам.

Он — известный профессор Московского университета с 1859 г., редактор нескольких экономических изданий, среди которых газета «Промышленный листок», выходившая в Москве в 1858—1859 годах, автор солидных трудов: «Очерк современного положения и нужд русской мануфактурной промышленности» (1857), «Публичный курс товароведения» (1860), «Лекции технологии» (1861), «Лекции о кожевенном производстве» (1865), «Публичный курс винокурения» (1866) и др. Имя Киттары было известно не только в России, но и в Западной Европе и в Америке [12, 3]: изобретенная им машина для сортировки сукон (вореометр) удостоилась золотой медали на Всемирной выставке в Филадельфии 1876 г., а его труд «Кожевенное производство в России» издан в Соединенных Штатах Америки на английском и немецком языках [12, 3].

Остановимся подробнее на основных моментах его биографии. Модест Яковлевич Киттары родился в Перми 22 ноября 1824 г. в семье ссыльного польского дворянина [13, 71]. О годе рождения М. Я. Киттары сведения разнятся, большинство справочных материалов [14, 43] указывают на 1825 год, однако на усыпальнице М. Я. Киттары стоит дата рождения — 22 ноября 1824 г. После обучения в пермской гимназии Киттары поступил в Казанский университет, который окончил по разряду естественных наук в 1844 г. Изначально его специальностью были химия и технология.

Спустя семь лет он отправился в Лондон на Всемирную выставку. Целью данной поездки стала научная оценка представленных там экспонатов. После возвращения из Лондона Киттары составил отчет, где проанализировал экспозицию. Он вышел в Казани отдельным изданием [15]. Полученный опыт помог ему в дальнейшем при организации Казанской выставки сельских произведений, проведенной в 1852 г., и Вятской окружной выставки, состоявшейся в 1854 г. В 1853 г. он занял должность ординарного профессора по кафедре технологии в Казанском университете [16].

Также Киттары читал в химической аудитории университета для всех желающих бесплатные публичные лекции по химии и технологии, которые были весьма популярны. Современники высоко ценили преподавательскую деятельность Киттары: «... своим преподаванием, своими работами, публичными чтениями, руководствами и статьями в первый раз ввел в изучение рациональные методы в фабрично-заводскую промышленность целого Поволжского края» [17, 2].

В 1854—1857 гг. ученый принимал деятельное участие в Казанском экономическом обществе (открылось в 1839 г.), будучи его секретарем. В те же годы основал журнал общества и стал его редактором и автором, опубликовав более 150 материалов по

различным вопросам промышленного развития [18, 138—147]. Выдающийся русский историк Д. А. Корсаков вспоминал: «В “Записках” (издавались Казанским экономическим обществом. — И. С.) этих годов возбуждались вопросы экономические, затрагивалось крепостное право — центральный нерв тогдашней публицистики, а потому этот журнал обратил на себя серьезное внимание столичной прессы. Все толки и крики, больше крики, которые раздаются в наши дни о важности экономических факторов в народной жизни, о поднятии кустарных промыслов и об улучшении земледельческой культуры, — все это неудержимое стремление к профессиональному, технически-ремесленному образованию — могут по меньшей мере вызывать удивление и улыбку у тех, кто знал такого рода серьезного ученого и практического деятеля, как Мод^{ест} Як^{ов}левич Киттары; свои рациональные воззрения по этим вопросам научно и скромно проводил он в казанскую жизнь» [19, 95].

Благодаря проектам профессора в Казани открылись такие крупные заводы, как стеариновый завод братьев Крестовниковых и кожевенный завод Алафузовых: «Два самых крупных казанских завода, Крестовникова и Алафузова, всецело обязаны ему своим процветанием», — считали современники [19, 94].

В 1857 г. профессор переехал в Москву. Московские купцы и фабриканты ходатайствовали об открытии кафедры технологии в Московском университете. Именно там Киттары и продолжил преподавательскую деятельность: в 1857—1879 годах он работал на кафедре технологии, сельского хозяйства, лесоводства и архитектуры физико-математического факультета. В 1859 г. он возглавил технологическую лабораторию университета, а в 1867 г. по его инициативе при университете открыли Технический музей и лабораторию.

Помимо Московского университета Киттары также читал лекции по химической технологии и аналитической химии в Московском ремесленном училище и руководил Московской практической академией коммерческих наук.

С 1858—1859 гг. он стал редактором экономической газеты «Промышленный листок», выходившей в Москве. Причем прошение о ее издании он подал в Московский цензурный комитет, еще находясь в Казани.

Газета служила развивающейся и крепнущей буржуазии, отражала ее интересы, развивала различные экономические теории и предлагала реализовать их на практике. Она по праву занимает одно из значительных мест в периодической печати XIX в.

Цель будущей газеты Киттары определил так: «Постоянно знакомить публику с ходом и состоянием различных отраслей промышленности и торговли, как отечественной, так и иностранной; своевременно сообщать все новое и интересное в промышленном мире, наконец, облегчить взаимные сношения лиц, посвятивших себя промышленности» [20, 634].

Газета «Промышленный листок» стараниями М. Я. Киттары заняла достойное место в числе экономических изданий той эпохи. Материалы, печатавшиеся в ней, очень интересны для изучения истории экономической периодической печати 1860-х гг. В целом они отвечали запросам капиталистов и выражали интересы торгово-промышленных кругов, которые интересовались проблемами личной собственности, рабочим вопросом, строительством железных дорог (например, статья «Замечания о существенных интересах русских землевладельцев: помещиков и крестьян» А. Тучкова в № 7 за 1858 г.), свободной торговли (статья Н. Андреева «Несколько слов о торговых системах» в № 22 за 1858 г.), мировым экономическим кризисом (в «Письме из Лондона» из № 2 за 1858 г. описана история кризиса в Англии), образованием (статья Киттары «О воспитании в Московской практической академии коммерческих наук», помещенная в первом и втором номерах газеты). Заметим, что на страницах «Промышленного листка» публиковались исключительно материалы делового характера, посвященные состоянию промышленности, торговли и биржевых дел. «Промышленный листок» достойно вписывался в систему современной деловой печати.

Служебная карьера Киттары продолжалась, и с 1860 г. его назначили секретарем Московского общества сельского хозяйства [21, 94—95].

В 1860 г. он получил золотую медаль Вольного экономического общества за изобретение простого и дешевого способа изготовления консервов (вышел отдельной брошюрой «Русская печь как средство к приготовлению консервов». — И. С.).

Также по инициативе бывшего военного министра Н. О. Сухозанета Киттары пригласили для чтения интендантским чиновникам курсов технологии и товароведения. Позднее он был назначен председателем технического комитета при Главном интендантском управлении военного министра [16, 470—471].

В начале 1860 гг. Киттары приобрел в собственность село Новое, недалеко от деревни Горетовки, находящееся в 36 верстах от Москвы, в 4 верстах от Крюковской станции Николаевской железной дороги [22, 2]. Деревня существует и в наши дни, расположена по Пятницкому шоссе и относится к городскому поселению Андреевка. Первое, на что он обратил внимание, — это на бедность крестьян соседних деревень. С целью поднять их материальный быт, дать возможность крестьянам заработать деньги он устроил в имении заводы и «разные мастерства» [4, 2].

В то время профессор еще не имел возможности на свои средства построить здание училища и нанять учителей для обучения крестьян, но это его не останавливало. Он в собственном доме организовал училище для крестьянских детей. Со временем его преобразовали в двухклассное по образцу училищ Министерства народного просвещения. Киттары сам неоднократно посещал классы и проводил экзамены, контролиро-

вал обучение, и вскоре его училище стало одним из лучших в Московском уезде.

Будучи техником, Киттары понимал, что крестьянским детям необходимо обучаться не только грамоте, но и ремеслам. Он собирался открыть в 1880 г. при училище ремесленные классы, чтобы после окончания выпускник мог заниматься практической деятельностью. Однако замыслу этому не удалось реализоваться. В марте 1880 г. Киттары не стало, он умер после продолжительной и мучительной болезни печени [22, 2].

Киттары на протяжении всей своей жизни выступал за развитие промышленности, за улучшение условий производства, приветствовал быстрый рост купеческого сословия в пореформенную эпоху, ратовал за улучшение его образования (за открытие различных учебных заведений, где купцы могли бы совершенствовать и углублять свои знания). Его ученая деятельность по технологии много способствовала развитию в России технических усовершенствований на фабриках и заводах.

Его вклад в развитие отечественной журналистики как редактора экономических изданий значителен. Он был автором многих статей на темы промышленности и торговли: Киттары «жил интересами русской промышленности, печаловался ее печалями, сокрушался о ее косности и, конечно, мог принести много пользы интендантству <...> он стал приноравливаться к людям и обстоятельствам для проведения своих идей» [23, 245—247].

Федор Васильевич Чижов — еще одна яркая фигура, сыгравшая немаловажную роль в становлении и развитии экономических изданий России. Он проявил себя в разных сферах деятельности: занимался словесностью, историей, философией, политикой, переводами, в 1840-е гг. опубликовал ряд статей по религиозной живописи, был редактором экономических изданий середины XIX в. (*журнала «Вестник промышленности»*, 1858—1861, и *газеты «Акционер»*, 1860—1863).

Чижов «вносил в каждый свой труд всего себя, но становился не рабом его, а господином... — утверждал хорошо знавший его Иван Сергеевич Аксаков. — Это был сильный человек, человек с властью. Прежде всех других его качеств, ощущалось в нем именно присутствие внутренней силы: силы убеждений, силы воли — непреклонной, деспотической относительно самого себя, — вместе с незыблемою стойкостью нравственных основ, неспособною ни к каким уступкам и сделкам» [24, 4—5].

Путь Чижова к журналистике был непростым и продолжительным. Он родился в Костроме в беднейшей дворянской семье, имевшей всего три крепостных души. В 1823 г. отец Чижова вместе с сыном переехал в столицу. В 1828 г. после окончания гимназии Ф. В. Чижов поступил в Петербургский универси-

тет на физико-математический факультет, который окончил через четыре года с отличием.

К самостоятельной журналистской деятельности (к редактированию «Вестника промышленности» и «Акционера») он приступил в 1858 г., будучи зрелым человеком, в 47 лет; длилась она шесть лет.

За эти годы вырос в очень крупную фигуру государственного значения, способную взяться за строительство железных дорог, сухопутных путей, за создание банков, акционерных обществ. Можно только удивляться значительности того, что им сделано за неполные двадцать лет (до 1877 г., года смерти).

Проблемы железных дорог в России начали волновать Чиждва еще в середине 1830-х гг.: в доме профессора М. В. Остроградского, своего учителя, Чиждв неоднократно высказывался по проблемам бездорожья в России, говорил, что стране вполне по силам ее решить. С этой целью в 1838 г. он издал первое русское сочинение, основанное на материалах изобретателей Дж. Пертингтона, Г. Дж. Стефенсона и Д. Ф. Араго, «Паровые машины. История, описание и приложение их» [25], сопроводив его множеством чертежей.

В 1830-е гг. Чиждв начал сотрудничать в различных петербургских газетах и журналах, где был напечатан ряд критических и публицистических статей: в «Библиотеке для чтения» публикует материал о сеяльной мельнице [26], в «Сыне отечества» [27] — жизнеописание шотландского изобретателя-механика Джеймса Уатта, в «Журнале Министерства народного просвещения» [28] — обозрение русских газет и журналов в математическом отношении.

Период с лета 1841 г. по осень 1845 г. Чиждв провел за границей, путешествуя по странам Западной Европы. К периоду после возвращения из-за рубежа относится его знакомство и сближение со славянофилами. Он начинает публиковать материалы в журнальных предприятиях друзей: в «Московском литературном и ученом сборнике» 1846 г. поместил работу «О русских художниках в Риме» [29, 49—137], в «Московском литературном и ученом сборнике» 1847 г. — «Прощание с Францией и Женева» [30, 485—589] и два критических материала: о «Римских письмах» А. Н. Муравьева [30, 61—112] и о «Памятниках московской древности» И. Снегирева [30, 113—146].

Чиждв мечтал о собственном журнале. Поэтому, когда у славянофилов появилась возможность перекупить права на издание журнала «Русский вестник» С. Н. Глинки, он с радостью и воодушевлением решил его редактировать. И осенью 1846 г. он во второй раз уехал за границу, чтобы основательно продумать, как нужно издавать будущий орган славянофилов и собрать материалы на ближайшие несколько номеров.

Однако этому замыслу не суждено было осуществиться. Н. М. Языков, на деньги которого и планировалась покупка журнала у Глинки, скоропостижно скончался.

Вскоре за горячее сочувствие к славянам в Восточной Европе Чиждва арестовали на австрийской границе и заключили в Петропавловскую крепость. После допросов направление предполагаемого «Русского вестника» нашли вредным, а Чиждва признали «мечтателем бесполезным, человеком, из которого не выйдет ничего существенного» [31, 241]. Ему запретили издавать журнал, а «сочинения свои предоставлять на рассмотрение не в обыкновенную цензуру» [32, Л. 155—155 об.], а царю. Кроме того, Чиждву не разрешили проживать в Москве и Петербурге, выезжать за границу, за ним учредили секретный надзор.

Несколько лет, до 1856 г., Чиждв жил, занимаясь с большим успехом шелководством.

В это же время он продолжал интересоваться и экономикой. Чиждв видел, в каком трудном положении находятся транспорт и промышленность на Украине. Имея связи со многими чиновниками Киевской губернии, он пытался заняться улучшением этих отраслей, подумывал даже занять место управляющего Киевской палатой государственных имуществ, надеясь сделать «кое-что доброе». Но назначение не состоялось. Скорее всего, потому, что «Чиждв рассматривал свое пребывание в Киевской губернии как вынужденное, а потому временное, душой он из всех сил стремился в Москву» [33, 120].

С начала царствования Александра II Чиждву были возвращены права, и в 1856 г. по всеподданнейшему докладу статс-секретаря князя А. Ф. Голицына «Чиждв освобожден от обязанности представлять свои собственные сочинения на предварительное рассмотрение 3-го Отделения, и ему дозволено представлять оные на общем основании прямо в цензурный комитет» [34, Л. 252].

С середины 1856 г. Чиждв жил в Москве. Там в то время были сосредоточены основные силы промышленности. Как человек чутко реагирующий на острые проблемы современности, он не мог не увлечься политической экономией и не направить свою деятельность на развитие отечественной промышленности и торговли. 22 марта 1857 г. он записал в дневнике: «...купцы должны выйти на свет общественными деятелями», ведь они «выборные из народа», «первая основа нашей исторической русской жизни, то есть жизни собственно великорусской в лице Новгорода и Пскова» [35, Л. 2].

Наконец-то у Чиждва появилась возможность исполнить давнее желание и стать редактором журнала. Но издавать его на собственные средства Чиждв не мог из-за недостатка денег. Финансировали выход «Вестника промышленности» костромские заводчики братья А. П. и Д. П. Шиповы.

Таким образом, мы видим, что путь Чиждва к журналистской деятельности, к редактированию журнала «Вестник промышленности» и газеты «Акционер» довольно продолжителен. Но он стал активным участни-

ком журнальной жизни 1830—1850-х гг., за вычетом тех лет, когда печататься не мог (1847 г. — май 1856 г.).

Чижев вел активную работу в журнале «Вестник промышленности»: занимался подбором сотрудников и в России, и за рубежом, кропотливо редактировал полученные статьи (например, по сохранившимся архивным материалам видно, что Чижев редактировал статьи А. П. Шипова), писал сам объемные обзоры.

В журнальной практике Чижев чутко чувствовал определенные тенденции, характерные для отечественной периодики 1850—1860-х гг.: во второй половине 1850-х гг. ведущую роль играли журналы, сменившиеся в начале 1860-х гг. газетами, и Чижев от журнала «Вестник промышленности» перешел к редактированию газеты «Акционер».

Именно он стал первым среди редакторов экономических изданий, выступавших за покровительственную политику государства в отношении предпринимателей. Но при этом на страницах «Вестника промышленности» и «Акционера» рассматривался западноевропейский опыт, способы его применения в отечественной промышленности и торговле, например в отношении свободного труда рабочих («Рабочий народ в Англии» Г. П. Каменского [36]), механизации производственного процесса (например, «Обзор промышленности и торговли в Италии» М. Мануччи, который давал обзор машин и новых систем в деле промышленности и земледелия, представленных на национальной выставке в Турине [36]), пересмотра таможенных тарифов («Обозрение промышленности и торговли», например, в № 4 за 1858 г. и статья Д. Скуратова «По поводу вопроса о наложении пошлины на ввоз машин» в № 4 за 1860 г.), в организации технического образования (материал Е. Попова в № 2 за 1858 г. «О промышленном воспитании в Англии» и анонимная статья из № 10 за 1861 г. «О воспитании рабочего класса в Англии»).

И «Вестник промышленности», и «Акционер» закрылись из-за нехватки подписчиков, дохода Чижеву они не приносили никакого, он еле сводил концы с концами.

После закрытия изданий Ф. В. Чижев не оставил журналистскую деятельность. Он работал в газете «День» И. С. Аксакова, выходившей в 1861—1865 гг. Читателями издания были представители национальной буржуазии и буржуазной интеллигенции [37, 79]. Как отметил исследователь Н. И. Цимбаев, с 1865 года участие Чижева в «Дне» стало наиболее заметным: «Его рука чувствуется в ряде статей и писем в редакцию, посвященных экономическим вопросам» [37, 86]. В нескольких номерах за 1865 г. он опубликовал «Очерки промышленной, торговой и финансовой нашей жизни».

Среди подписчиков газеты было немало московских купцов, Аксаков и Чижев понимали, в чем конкретно нуждались представители данного сословия и пытались удовлетворить их потребности в знаниях

и отстаивали их интересы в защите «русских начал» от иностранного влияния [37, 125].

На страницах «Дня» Чижев отстаивал смену таможенного тарифа, опираясь на протекционистские требования отечественных предпринимателей. Будучи редактором экономического отдела «Дня», он помещал статьи славянофилов Н. А. Ригельмана, А. И. Кошелева и других, в которых поднимался вопрос о пересмотре таможенного тарифа 1857 года. После такой массовой атаки, проведенной «Вестником промышленности», «Акционером», «Днем», тариф все же изменили в 1868 году. Он более, чем тариф 1857 года, отвечал принципам свободной торговли: по шестнадцати статьям были отменены пошлины, по 152 — уменьшены.

Чижев активно требовал строительства частных железных дорог, и такие дороги были построены, например Красносельская ветвь Петергофской железной дороги возводилась на частные средства.

После закрытия «Дня» в 1865 г. Чижев, совместно с Бабстом, продолжил работу в газете Ивана Аксакова «Москва» (выходила с 1 января 1867 г. по 21 октября 1868 г.) и в сменившей ее из-за временной приостановки газете «Москвич» (23 декабря 1867 г. — 18 февраля 1868 г.). Всего за время издания этих газет в них было опубликовано восемнадцать статей Чижева, в которых он, как и прежде, отстаивал свободный труд на производстве, развитие железнодорожного транспорта [38], поощрение частной инициативы, смену таможенного тарифа [39], покровительственную политику государства в отношении отечественных производителей.

Чижев активно участвовал в совещаниях о газете, в подборе сотрудников — из петербуржцев предлагал председателя этнографического отдела Русского географического общества В. Ламанского и экономистов, с которыми было бы не под силу «соперничать другим газетам» [37, 131—132], — это А. Чероков, А. Чупров, А. Корсак и др.

Чижев в течение десяти лет (1858—1868) на страницах журналов и газет отстаивал интересы торговых и промышленных кругов России, пытался и, кстати сказать, небезуспешно, воздействовать на экономическую политику, проводимую правительством.

Но в конце 1860-х — 1870-е гг. у Чижева уже не было желания редактировать какие-либо периодические издания. 22 октября 1869 г. он писал своему другу В. Печерину: «Не хочется участвовать в наших больших журналах: с одними не схожусь по убеждению, именно по их космополитизму, с другими — по их безубеждению» [33, 189].

После прекращения «Москвы» Чижев отошел от журналистской деятельности. Он на практике начал претворять в жизнь то, что отстаивал на страницах редактируемых им изданий. Он оказал очень важную услугу купеческому сословию, денежные затруднения которого были очень велики, поэтому, когда в середине 1860-х гг. российское правительство предоставило

простор в организации частного банковского дела, при активном участии Чижова в конце 1866 г. открыли Московский купеческий банк. Он стал самым крупным акционерным банком в Москве и вторым по величине в России. В 1867 г. в Петербурге открылось Общество для содействия русской промышленности и торговле. А летом 1869 г. под руководством Чижова учредили Московское купеческое общество взаимного кредита.

Выход изданий Вернадского, Киттары, Чижова обусловлен особенностями развития России в первой половине XIX в.: ростом буржуазии, развитием промышленности и торговли, изменениями в сфере торговли, а также законодательными и цензурными условиями, создавшими возможность для интенсивного развития печати после смерти Николая I.

Их выпуск стимулировал рост экономических изданий в последующие годы, в 1870-е — 1880-е гг. начали выпускаться газеты, поставившие перед собой цель — расширение сбыта купеческих товаров, например «Посредник промышленности и торговли» (1857—1863) П. Усова, «Русский курьер» (1879—1889) фабриканта «шипучих вод» Н. Ланина или «Минута» (1880—1890) купца Е. Добродеева и другие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Lauren Stephan Josien. Antecedents of entrepreneurial orientation: A contingency approach. — Ruston: Louisiana Tech University, 2000.
2. Энциклопедический словарь русского библиографического института ГРАНТ. — Москва, 1910—1940. — Т. 36. — Ч. II.
3. Энциклопедический словарь русского библиографического института ГРАНТ. — Москва, 1910—1940. — Т. 49.
4. Сурнина И. А. «Экономический указатель» (1857—1861) — деловое издание И. В. Вернадского / И. А. Сурнина. — Москва, 2016.
5. Экономический указатель. — 1857. — № 21.
6. Экономический указатель. — 1857. — № 24.
7. Экономический указатель. — 1857. — № 27.
8. Экономический указатель. — 1858. — № 101.
9. Экономический указатель. — 1859. — № 130.
10. Экономический указатель. — 1860. — № 173.
11. Экономический указатель. — 1858. — № 103.
12. Современные известия. — 1880. — № 191.
13. Уткин А. А. Либеральная интеллигенция Казани на рубеже 50—60 годов XIX века: дис. ... канд. ист. наук / А. А. Уткин. — Казань. 2002.
14. Половцев А. А. Русский биографический словарь / А. А. Половцев. — Санкт-Петербург, 1897. — Т. 9.
15. Отчет профессора Киттары о путешествии его в Лондон на Всемирную выставку. — Казань, 1851
16. Дельвиг А. И. Полвека русской жизни / А. И. Дельвиг. — Москва, 2015.
17. Некролог М. Я. Киттары // Новое время. — 1880. — № 1467.
18. Вульфсон Г. Н. Модест Яковлевич Киттары — редактор «Записок Казанского экономического общества» / Г. Н. Вульфсон, Ф. Ф. Нуреева // Ученые записки Казанского государственного университета. — 1998. — Т. 134.
19. Корсаков Д. А. Былое из Казанской жизни 1856—1860 годов. Воспоминания о прошлом / Д. А. Корсаков. — Казань, 1898.
20. Московские ведомости. — 1857. — № 142.
21. Записки Александра Ивановича Кошелева (1812—1883 годы). — Москва, 2002.
22. Современные известия. — 1881. — № 16.
23. Лебедев В. А. Учебные воспоминания / В. А. Лебедев // Русская старина. — 1908. — Т. 136. — Октябрь-ноябрь-декабрь.
24. Чижов Ф. В. Из речи, произнесенной 18 декабря 1877 года Иваном Сергеевичем Аксаковым. — Москва, 1878.
25. Чижов Ф. В. Паровые машины. История, описание и приложение их / Ф. В. Чижов. — Санкт-Петербург, 1838.
26. Чижов Ф. В. Описание сеяльной мельницы, приспособленной к потребностям русского сельского хозяйства / Ф. В. Чижов // Библиотека для чтения. — 1838. — Т. XXVIII.
27. Чижов Ф. В. Жизнь и открытия Джемса Уатта / Ф. В. Чижов // Сын отечества. — 1840. — Т. 2.
28. Чижов Ф. В. Обзорение русских газет и журналов по части наук математических / Ф. В. Чижов // Журнал Министерства народного просвещения. — 1837. — Ч. XIII. — Отделение V. «Новости и смесь».
29. Московский литературный и ученый сборник. — Москва, 1846.
30. Московский литературный и ученый сборник. — Москва, 1847.
31. Исторический вестник. — 1883. — Февраль.
32. ГАРФ. Ф. 109 с/а. Оп. 22. Ед. хр. 81. Ч. 15 (Ч. 1).
33. Симонова И. А. Федор Чижов / И. А. Симонова. — Москва, 2002.
34. ГАРФ. Ф. 109 с/а. Оп. 22. Ед. хр. 81. Ч. 15 (Ч. 3).
35. Дневник за 1857—1862 гг. // РО РГБ. Ф. 332. Карт. 2. Ед. хр. 9.
36. Вестник промышленности. — 1859. — № 10.
37. Цимбаев Н. И. И. С. Аксаков в общественной жизни пореформенной России / Н. И. Цимбаев. — Москва, 1978.
38. Москвич. — 1868. — № 11. — 10 января.
39. Москва. — 1867. — № 1. — 1 января.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Сурнина И. А., доцент кафедры истории русской литературы и журналистики

E-mail: isurnina1983@mail.ru

Moscow State University named after M. V. Lomonosov
Surnina I. A., Associate Professor of the History of Russian Literature and Journalism Department
E-mail: isurnina1983@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В ИЗУЧЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ И МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

О. А. Сусская

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 16 февраля 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности методологических подходов, используемых в теоретическом осмыслении массовой коммуникации и изучении общественного сознания как в сфере журналистики, так и в сфере других смежных наук: социологии массовых коммуникаций, медиapsихологии, психолингвистики, коммуникативистики, философии коммуникации. Содержание их научной деятельности находится на стыке междисциплинарности, что в очередной раз ставит вопрос о понимании медиакоммуникации как многоуровневого комплекса обмена информацией и о существовании теории медиа.

Ключевые слова: журналистика, массмедиа, массовая коммуникация, медиакоммуникативное пространство, теория медиа, интердисциплинарность, психолингвистика, философия коммуникации, коммуникативистика.

Abstract: the article examines the peculiarities of methodological approaches used in the theoretical interpretation of mass communication and the study of public consciousness in the sphere of journalism and in the field of other related sciences: the sociology of mass communications, mediapsychology, psycholinguistics, philosophy of communication and communication studies. Containment of their scientific activity is at the intersection of interdisciplinarity, which once again raises the issue of understanding media communication as a multi-level complex of information exchange and the existence of a theory of media.

Keywords: journalism, mass media, mass communication, media-communication space, media theory, interdisciplinarity, psycholinguistics, communication philosophy, communication studies.

Среди многочисленных подходов социальных наук, непосредственно касающихся предметной сферы журналистики, наиболее релевантными являются такие, где доминирует методологический анализ, показывающий глубину возможностей исследования в компоненте «общественное сознание» (где также присутствует составляющая «менталитет общества») и его элементы: **массовое сознание и общественное мнение**. Исследования массовой коммуникации, где объектами выступают чаще всего сама система СМИ: виды и каналы СМИ (в том числе интернет-сети) и ее элементы: журналисты, аудитория, персонализированные субъекты сетевой коммуникации в Интернете — приобретают распространение и оцениваются обществом. Так, методологически выстроенные и несущие не только теоретическое, но и практическое содержание работы ученых С. Батмановой, О. Калмыкова, М. Лукиной, С. Муратова, М. Раскладкиной, Л. Свитич, П. Сухова, И. Фомичевой, И. Шохина и др., а также развитие концепции информационной культуры и медиакультуры в современном обществе в трудах Е. Вартановой, С. Ильченко, А. Качкаевой, П. Киричка, Н. Кирилловой, М. Мясниковой, А. Новиковой, И. Полуэктовой и др. имели резонанс в образовательном пространстве и профессиональных

медиаобщностях, особенно работающих над практическими вопросами развития СМИ в Интернете.

Два направления мейнстрима в медиакоммуникативных теориях еще с середины XX в. формировались в русле эмпирического и критического подходов. Так, первый из них, сформированный преимущественно в недрах американской социологии и социальной психологии, отличался преобладанием количественного эмпиризма, основываясь на идеях прагматизма; в то время как параллельно с функционализмом и позитивизмом европейские концепции и теории СМИ опирались на более широкую научную базу философского толка, исследуя СМИ во всеобъемлющем социальном контексте.

Средства массовой коммуникации призваны всячески способствовать адекватному пониманию общественностью общественных функций научного сознания и ученых как ее носителей и творцов. Для современного журналиста необходим не только «ментальный пиетет» относительно науки как социального института, но и умение оценить и при необходимости сознательно найти методологически оправданный подход для воспроизводства тех или иных данных науки в материалах СМИ.

Доминанта деятельности ученого (в том числе ученого-социолога) направлена в будущее в большей степени, чем у представителей других профессий.

Общество, которое лишается ученых-прогнозистов, социологов, специалистов по массовым коммуникациям, не может с уверенностью смотреть в будущее. По мнению Г. Бакулева «теория массовой коммуникации <...> касается не только социальной организации массового общества, но и психологической конституции людей, которые становятся основными компонентами современных теорий процесса массовой коммуникации, в которых между стимулом и реакцией введены различные наборы промежуточных переменных» [1, 37]. Несмотря на необходимость приспособления науки к рыночным отношениям, наука, особенно фундаментальная, не может «сдержаться» в их пределах, ведь фундаментальные исследования, как правило, это исследования, не дающие сиюминутного результата. Их перспектива — в будущем. Так же обстоит дело и с социологическими исследованиями прогнозистического характера.

От успешности социологических исследований системы СМИ и аудитории массмедиа во многом зависят перспективы работы СМИ страны и отдельного региона. Формирование положительного имиджа любой страны зависит не только от конкретных экономических показателей, но и от типа и содержания сообщений СМИ о событиях в жизни людей, о культуре и взаимоотношениях, об образовании и воспитании детей и т.д. Все, что находит место в дискурсе средств массовой информации, может представлять интерес для аудитории разных стран, носить страноведческие черты и оказывать конкретную помощь научным работникам, журналистам и всем работникам СМИ в стабилизации и воссоздании позитивного имиджа, даже если позиции в этом вопросе были по разным причинам утрачены.

Исследуя социальные диспозиции субъектов медиакоммуникаций в рамках социопсихологического и феноменологического подходов [2], автор статьи пришел к мнению, что овладение информационными и специальными коммуникативными технологиями конструирования в общественном сознании положительного образа собственного «Я» происходит преимущественно в диспозициях «Я-политическое» или «Я-коммуникативное» [2, 28—55]; сюда входят: нахождение лучших способов предъявления себя массовой аудитории (в том числе в роли персонифицированного коммуникатора), самоинтерпретация и позиционирование себя в интернет-сетях; формирование собственного информационного поля, отражающего своим содержанием направленность личности, ее запросы, интересы и информационные потребности.

Современная социальная психология изучает коммуникацию, фокусируясь на результатах взаимодействия людей, включенных в разнообразные виды совместной деятельности (производственной, коммерческой, благотворительной, научной, хозяйственной и т.д.), происходящих в рамках повседневности

[3]. Журналистика также рассматривается здесь как деятельность, направленная на производство, переработку и распространение информации. С точки зрения психологии коммуникации и теории коммуникации, акт «журналистского действия» можно рассматривать как взаимодействие сознания тех, кто создает и передает (воспроизводит) информацию, и тех, кто ее получает (воспринимает).

С развитием новых технологий и расширением роли массовой коммуникации в обществе стало очевидным, что получение сведений о развитии науки об обществе, о деятельности ученых и их достижениях важны сегодня и для политика и государственного деятеля, и для журналиста — ведущего теле- и радиопрограмм, и для «пользователя» — субъекта сетевой коммуникации и т.д.

В более общем плане, рассматривая систему «наука — СМИ — общество», можно констатировать, что если цепочка связи между любыми составляющими этой системы будет расторгнута, то имеющееся расстройство самой системы приведет не только к снятию вопроса о роли науки в обществе, но и к разрушению ее как социального института. В период экономического упадка, комплексного системного кризиса общества, опасность девальвирования социального значения института науки становится реальной. Поэтому предотвращение этого естественно возникает сегодня как общая цель и руководящих учреждений, и журналистов, и самих ученых. Очевидно, что в основе массовой неуверенности в будущем общества и способности социогуманитарной науки влиять на перспективу его развития лежит прежде всего нестабильность общественной системы. Нельзя не согласиться также с мнением, более чем два десятилетия назад высказанным Ю. Левадой, который, предвидя будущую социально-политическую ситуацию, подчеркивал, что «рудименты авторитарной системы политического сознания, массовая аполитичность и патерналистские ожидания живут и еще долгое время, вероятно, будут влиять на общество, к тому же в самых разнообразных, внешне даже противоположных формах. <...> Неудивительно, что иллюзия надежды на «твердый порядок» резко ослабевает с ростом образовательного ценза» [4, 167].

Исследования и проектирование процессов формирования общественного мнения и общественного сознания в целом требуют выделения двух систем взаимодействия: институтов власти и общества, в идеале достигающих между собой определенного консенсуса. При формировании положительного имиджа любого социального объекта основной разновидностью взаимодействия является **коммуникация**. А путь создания положительного имиджа представляет собой коммуникативную стратегию. При этом следует опираться на определенную модель коммуникации.

В современном социуме каждый канал связи имеет достаточно сложное иерархическое строение, поэтому, в ракурсе наших задач, ограничимся наиболее массовой его составляющей — системой массовой коммуникации. В концепции Никласа Лумана общество (так же и система СМИ) представляет собой аутопойэтическую (самоорганизующуюся) систему [5].

Эта система соответствует следующим четырем характеристикам:

- общество производит свои собственные базовые элементы,
- общество создает свои собственные границы и структуры,
- общество самореферентных личностей имеет самонаправленный характер,
- общество является замкнутым.

Базовым связующим элементом общества выступает коммуникация, порождаемая самим обществом. Члены общества общаются между собой с помощью различных приемов и средств коммуникации.

Индивид имеет отношение к обществу лишь в той степени, в какой участвует в коммуникации или может пониматься как участвующий в коммуникации. Есть и скрытые элементы личности, которые никогда не участвуют в коммуникации, и, соответственно, не могут быть частью общества. Вместо этого они составляют часть внешней среды, которая может вносить в общество беспорядок, поскольку, согласно идеям Н. Лумана, все, что не является коммуникацией, является частью внешней среды общества, «система может заниматься всем, что может тематизироваться в её собственных коммуникациях» [5, 43].

Психическая система и общество как «система всех коммуникаций» имеют общее свойство. Обе системы опираются на значение. Значения тесно связаны с выбором, который осуществляет система. Значение отдельного действия (или объекта) представляет собой отличие его от других возможных действий (или объектов). В психолингвистическом и собственно лингвистическом понимании значения присутствуют в понятиях и изначально «опредмечены» теми объектами, которые они называют. В коммуникативных «аутопойэтических» системах значение возникает только при противопоставлении (альтернативе) [Ibid]. Если нет другой возможности, то и значение отсутствует. Действие имеет смысл лишь в той мере, в которой по целому ряду возможных действий осуществляется выбор. Например, в психической системе то, что неосознанно, видится внешним по отношению к системе, «причиной» нашего действия, в то время когда то, что нами осознанно, находится как бы внутри самой системы в виде «мотивации» нашего действия. События воспринимаются психической системой только как значения. В социальной системе значение является разницей между коммуникацией в пределах си-

стемы и «шумовыми помехами» извне. (Как это артикулируется в моделях коммуникации К. Шеннона и У. Уивера, Р. Якобсона и др. [6]).

Психические системы и социальные системы развивались параллельно, совместно, при этом в теоретическом плане каждая из них выступает необходимым условием и внешней средой для другой. Элементами психической системы значений становятся концептуальные представления, элементами социальной системы значений — коммуникации. Еще Г. Маркузе отмечал, что «некритический, приспособительный характер тех форм мышления, которые трактуют понятия как мыслительные приспособления и переводят всеобщие понятия в термины <...> будь то анализ индивидуальной или социальной, духовной или материальной человеческой реальности, — он приходит к ложной конкретности — конкретности, изолированной от условий, которые конституируют её сущность. В этом контексте операциональная трактовка понятий получает политическую функцию, а аналитический подход к индивиду — терапевтический смысл приспособления к обществу» [7, 371].

Среди методологических подходов к рассмотрению природы массовых коммуникационных процессов есть несколько групп подходов, дающих наиболее весомый научный результат. Доминирующим методологическим подходом, распространенным и культивируемым в сфере социальных наук, изучающих общественное сознание последних десятилетий, выступает метод систематизации и соответствующий ему **системный подход** [8], используемый для описания и объяснения поведения человека (социальные психологи — для объяснения паттернов поведения по установленным схемам — как в НЛП; социологи — исследуют социальные функции человека как социального индивида и деятельность групп и сообществ, специалисты по общей психологии — функции психики человека, осуществляемые в основном через познавательные процессы, а именно: восприятие, мышление, чувства и т.д.).

Социально обусловленные процессы социализации и становления личности, развитие индивидуальных способностей и возможностей, психологические особенности взаимодействия людей в группе, коллективе привлекают внимания не только социальных психологов, но и специалистов в области психологии и социологии личности, социологии коммуникации, лингвосоциопсихологии (термин Т. Дридзе) [9] и др. научных отраслей. Поэтому неудивительно, что следующим по значению, с нашей точки зрения, является **деятельностный** подход, включающий исходные позиции, заложенные еще А. Леонтьевым и теорией научения Альберта Бандуры, ведь здесь наука анализирует деятельность научения, мотивации, интенсификации (либо прокрастинации) деятельности и тому подобное.

В течение XX в. в психологии, социологии, лингвистике, теории коммуникации, социо- и психолингвистике были разработаны самые разнообразные теории и концепции коммуникативных отношений, но между ними было определенное родство: практически все они исходили из направленности коммуникативных интенций от коммуникатора к реципиенту-объекту (адресату информации). Эта однонаправленность и «медиацентричность» была обусловлена общим фоном социокоммуникативных отношений и теми социальными и политическими процессами, которые происходили в течение второй половины XX в. и требовали разработки научных теорий и оптимизации практик, направленных на выполнение пропагандистских задач (как в рамках индустриальных обществ более демократического типа, так и в тоталитарных и посттоталитарных государствах). Пропагандистские эффекты коммуникации приобретали особую важность при проведении электоральных кампаний, любых пропагандистских акций и существовали в случае целенаправленной пропаганды не только в тоталитарных государствах. Жесткая рекламная кампания с использованием элементов НЛП была не редкостью и в странах развитых демократий. Так, в книге Р. Бендлера и Д. Гриндера «Трансформейшн» мы находим рекомендацию: «Вы берете реакцию и помещаете ее в более широкий контекст, в котором реакция и само переживание становятся уже позитивным основанием, на котором можно строить другие реакции. Вы безусловно приняли поведение. Оно тут; вы не искажаете его. И потом вы помещаете его в рамку, которая советует конструктивно его использовать» [10, 123—124]. Последствиями бихевиористских подходов, основанных на постулате «стимул-реакция», стали общепринятые в течение последней четверти XX века неизбежные «эффекты воздействия» массовой коммуникации, которые якобы предусматривались существованием и деятельностью самой системы. Лишь в самом конце прошлого века, с появлением интернет-сети, ситуация начала несколько меняться.

Гораздо большую разносторонность и многомерность подходов демонстрирует научное осмысление и описание социальной реальности в рамках *интеракционизма, феноменологической социологии и коммуникативной философии* [11]. Отдавая должное концепции рационализации М. Вебера, где в рамках трактовки целерационального действия (как впоследствии у Э. Гуссерля) жизненный мир «Эго» остается в пределах монологической позиции философии субъекта, когда другие «Я» выводятся из «трансцендентального Эго»: трансцендентальная интересубъектность в процессе преобразования ее в аналогичную общность происходит только исходя именно из потребностей «Эго», его трансцендентальных функций и действий. Именно последний ракурс видения рационального пытались преодолеть феноменологическая и понимающая социология.

Последующее развитие эти идеи получают в позиции монологической теории понимания жизненного мира Э. Гуссерля, что находит отклик в целом ряде лингвистических, герменевтических и прагматических теорий, философии языка и речи (Л. Витгенштейн); и, наконец, пока Юрген Хабермас и Карл-Отто Апель не осуществляют трансформацию этого понятия, доказывая, что понятие «жизненный мир» следует внедрять как дополнение к понятию коммуникативного действия. Именно в этом аспекте Ю. Хабермас подчеркивал, что «жизненный мир является как бы трансцендентальным местом (Ort), в котором встречаются говорящий и слушающий» [12, 192].

В быстроменяющемся современном мире теоретические подходы отражают поиски научного осмысления и объяснения различных явлений, требующих иногда интердисциплинарности либо работы «на стыке» разных подходов. Так, и в социологии массовых коммуникаций, и в теории журналистики в последнее время актуализируется **феноменологический подход**. Например, в диссертации Т. Морозовой, раскрывается феноменология современного города как медиапространства и медиадискурса и сделан вывод о том, что уникальный имидж города конструируется в общественном сознании системной и качественной информационной работой с целевыми аудиториями, которые важны для города (граждане, туристы, инвесторы). «Очевидно, что принципиальное значение позитивный имидж города имеет для проживающих в нем граждан. Уверенность населения города в будущем, социальный оптимизм, здоровье, гражданская активность и доверие к власти — все это составляющие актуального имиджа в представлениях его жителей и гостей. Медийные средства являются активными субъектами воспитания любви к городу, заботы об экологии, организации городского правопорядка» [13]. Таким образом, рационально-коммуникативное действие становится основой достижения взаимопонимания, диалогичности, помогающих познавать мир, толковать его и ориентировать в нем личность. В этой позиции просматриваются уже идеи радиогуманизма [14]. Базовыми отношениями здесь предстают не однонаправленные «субъект-объектные» отношения, а глубоко укорененный принцип взаимности, предусматривающий отношения «субъект — субъект», где другой возникает именно как субъект, ценности которого разделяют и уважают, к которому прислушиваются, мысли которого важны для дальнейшего процесса общения. Постулатом таких отношений становится признание другого свободной и равноправной личностью, а сущность коммуникативных отношений базируется на диалогичности, обуславливающей равнозначность участников общения.

С точки зрения метанаучной мультипарадигмальности современной теоретической мысли, любые феномены науки рассматриваются до сих пор чаще всего

в системе субъект-объектных гносеологических отношений. Что же касается реальных изменений, происходящих под воздействием СМИ в общественном сознании, их можно оценить только по существенно более глубокому анализу данных социологических исследований, которые обеспечивают надлежащие технологии и масштабы сбора социологической информации о мнениях, потребностях и настроениях аудиторий массмедиа. Именно эти обстоятельства, свидетельствующие об особых условиях социально ориентированного общения (термин А. Леонтьева), подчеркивают и саму значимость данного конструкта общественного сознания для создания основ гражданского общества [13; 14; 15].

Риторичность вопроса, обязательно ли информационное общество является одновременно открытым и гражданским, объясняется тем, что с одной стороны, существует мнение, что это — не обязательно, что таковым *может быть* и общество вполне насыщенное информацией; а с другой стороны, общество, признанное высоко информатизированным, может и *не быть* открытым и гражданским. Необходимо признать также возможность рассматривать социальные действия как результат восприятия того, что предлагают СМИ в рамках процесса развития личности, в соответствии с идеями Г. Малетски, а также П. Винтерхофф-Шпурка или Э. Ноель-Нойман и др. Усилиями ученых сопредельных отраслей знаний в течение XX века было создано более двадцати теорий и концепций массовой коммуникации, среди которых можно выделить главнейшие группы:

- теории пропаганды и массового общества;
- концепции изучения эффектов массмедиа;
- теории структурно-функционалистского подхода;
- теории социального научения и активной аудитории;
- концепции символического интеракционизма и теорию социального конструирования реальности;
- концепции новых медиа и интерактивного общества.

В заключение можно сделать **вывод**, что важной особенностью современных медийных теорий является, во-первых, внимание к тенденциям, вызванным массмедиа в культуре и обществе в целом; во-вторых, ощутимо существенное сближение и интерференция между эмпирическим и критическим направлениями медиакоммуникативных исследований, наталкивающее на объяснение, что этот процесс также вызывает сближение позиций социологов, социальных психологов, психолингвистов и теоретиков журналистики и коммуникативистики. Таким образом, становится все более популярной междисциплинарность подходов и комплексное рассмотрение такого сложного и многомерного объекта, каким является пространство медиакоммуникаций [16].

Итак, главными особенностями методологических подходов в изучении общественного сознания и массовой коммуникации выступают:

- признание общественной жизни в качестве существенной и «сверхважной» детерминанты становления и развития социальной науки и журналистики и в связи с этим возникновение среди теоретических задач исследований, проводимых учеными-социологами и специалистами средств массовой коммуникации, вопросов изучения общественного сознания;
- использование методологических основ теории социального взаимодействия (интеракционизма), теории социальных ролей, экзистенциализма, когнитивной и гуманистической психологии (рациогуманизма) для установления возможных структурных детерминант в системе взаимодействия «коммуникатор — реципиент массмедиа» или «коммуникатор — массовая аудитория», что определяет тип и направленность методологических подходов, исходя из базовых положений об отсутствии противопоставления и равнозначности субъектов коммуникации;
- понимание социально ориентированного общения как многоуровневого комплекса обмена информацией между участниками коммуникативного акта в условиях массмедиа с учетом определенного вклада социопсихологов и социологов в разработку проблем детерминированности влияния массмедиа на развитие личности.

Все вышесказанное приводит к убеждению в полифункциональности разных подходов и максимальной релевантности выбора методологии междисциплинарности для современных исследований журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. — Москва: Аспект Пресс, 2010.
2. Сусская О. А. Социологические проекции личности: интерпретация — персонификация — виртуализация. Монография / О. А. Сусская. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AVAkademikerverlag GmbH & Co. KG, 2014.
3. Попова И. М. Повседневные идеологии. Как они живут, меняются и исчезают / И. М. Попова. — Киев: Ин-т социологии НАНУ, 2000.
4. Есть мнение / Общ. ред. Ю. А. Левады. — Москва: Прогресс, 1990.
5. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — Москва: Праксис, 2005.
6. Сусская О. А. Кластеризация методологии как тенденция виртуализации науки о социуме / О. А. Сусская // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. Scientific

journal. — № 1. — 2014 (January-February). Vol. 2. — С. 32—37.

7. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе. — Москва: ООО «Изд-во АСТ», 2003.

8. Сусская О. А. Современные проблемы изучения информационного пространства / О. А. Сусская // Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды Междунар. науч.-теор. конф. — Санкт-Петербург: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. — С. 93—96.

9. Дридзе Т. М. Организация и методы лингвопсихосоциологического исследования массовой коммуникации / Т. М. Дридзе. — Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1979.

10. Бендлер Р. Трансформейшн / Р. Бендлер, Дж. Гриндер. — Санкт-Петербург: Изд-во «Петербург-XXI век», 1995.

11. Сусская О. А. Информационное пространство и жизненный мир личности / О. А. Сусская // Философия коммуникации: интеллектуальные сети и современные информационно-коммуникативные технологии в образовании. — Санкт-Петербург: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. — С. 71—82.

12. Habermas J. Theorie des Kommunikativen Handelns. B.2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft / J. Habermas. — Frankfurt a. M., 1981.

13. Морозова Т. А. Медиатизация технологий конструирования имиджа города: дис. ... докт. филол. наук / Т. А. Морозова. — Краснодар, 2011. — URL: <http://www.dissercat.com/content/mediatizatsiya-tekhnologii-konstruirovaniya-imidzha-goroda#ixzz558dSwT3j> (дата обращения: 24.01.18).

14. Балл Г. А. Рациогуманистическая установка в методологии инновационного развития / Г. А. Балл // Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. — Москва: ИНИОН РАН, 2010. — Вып. 5. — Ч. 2. — С. 155—159.

15. Кравченко Н. П. Имиджевая функция журналистики / Н. П. Кравченко // Медийные стратегии современного мира. Материалы IV Международной научно-практической конференции. — Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2010.

16. Тулупов В. В. Журналистское ведение: предметно-объектное поле и структура / В. В. Тулупов // Вопросы журналистики. — Томск, 2017. — № 1. — С. 35—46.

Национальный университет «Киево-Могилянская академия»

Сусская О. А., доцент кафедры связей с общественностью факультета социальных наук и социальных технологий

E-mail: susskaya@bigmir.net

National University «Kievo-Mohylianska Academy»

Susskaya O. A., Assistant Professor, Faculty of Social Science and Social Technologies

E-mail: susskaya@bigmir.net

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕГИОНА: РОЛЕВОЙ НАБОР ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ

А. В. Чепкасов

Кемеровский государственный университет

Поступила в редакцию 13 ноября 2017 г.

Аннотация: в статье рассматривается понятие формирования имиджа региона (территории). Особо отмечается важность изучения имиджевого феномена как коммуникативной практики, направленной на изменение отношения адресата к предмету дискурсивного воздействия — к территории как положительной ценности.

Ключевые слова: имидж, имидж региона, формирование имиджа, СМИ.

Annotation: the article deals with the formation of the concept of the territorial image. The article notes that to study the image phenomenon as a communicative practice, aimed to changing the attitude of the addressee to the subject of discursive influence — to the territory as a positive value — is very important.

Keywords: an image, the image of a region, formation of an image, mass media.

В условиях рыночной экономики практически любой (в том числе и общественно значимый) предмет рассматривается как товар большей или меньшей ценности. Данное утверждение справедливо и в отношении территориальных объектов — стран, регионов и городов. Значимость территории определяется на основании сформированных в сознании субъекта-потребителя представлений о ее специфических особенностях, которые являются продуктом в том числе и целенаправленной маркетинговой работы по формированию регионального имиджа. Учитывая множество бытующих в научном и околонаучном дискурсе определений термина *имидж региона* (см., например, [1, 2, 3, 4, 5, 6] и др.), в качестве рабочей примем следующую его трактовку: *имидж региона — это намеренно формируемый командой профессионалов и транслируемый посредством информационных каналов комплекс представлений об определенной территории, позволяющий осознать ее как положительную ценность и способствующий повышению ее политического, социального, экономического, культурного и др. статуса.*

Благоприятный имидж на рынке услуг территориальных образований выступает в качестве важного фактора привлечения инвестиций, разностороннего развития региона и формирования благоприятных условий жизнедеятельности. По словам ведущего специалиста по территориальному брендингу С. Анхольта, «... в нашем глобализованном мире любая территориальная единица вынуждена конкурировать с другими за свою долю умов, доходов, талантов и прав голоса» (цит. по [7, 282]). В связи с этим имеет особое значение рассмотрение сущно-

сти процесса, касающегося «имиджевой динамики» (термин Э. Галумова [8]), как деятельности по моделированию, трансляции и поддержанию желательных представлений о территории.

В отношении процесса целенаправленного складывания имиджа общепризнанным и наиболее употребительным является, по-видимому, терминологическое сочетание *формирование имиджа*. Поскольку формирование имиджа представляет собой постоянно длящийся процесс, оно может быть описано в деятельностных категориях посредством исчисления и структуризации входящих в него компонентов. К ключевым из этих компонентов можно отнести: 1) активную сторону имиджеформирующего процесса, т.е. субъекта формирования имиджа, 2) пассивную сторону, которая включает в себя, с одной стороны, прототип имиджа (реальный субъект или объект, подвергающийся имиджмейкерской интерпретации), а с другой — непосредственный объект имиджеформирующей работы, т.е. моделируемый имидж, и 3) имиджеобразующую информацию.

Более глубокое и детальное моделирование процесса формирования имиджа предполагает ответ на ряд вопросов, каждый из которых соотносится с отдельным компонентом и этапом имиджмейкерской работы: *Зачем? (мотив имиджирования) → Для чего? (цель имиджирования) → Кто? / Что? (прототип имиджа) → Для кого? (контрагент имиджа) → Кто? (субъект формирования имиджа) → Как? (способ имиджирования) → Посредством чего? (канал передачи информации) → Что? (результат имиджирования).*

Таким образом, процесс формирования имиджа целесообразно представлять как последовательную цепочку, инициированную мотивом деятельности

и имеющую на выходе результирующий объект — имидж. Коротко прокомментируем некоторые из элементов приведенной модели.

Первое, что следует отметить, — необходимость разграничения субъекта формирования имиджа и канала его трансляции. Поскольку реальные творцы территориального имиджа, к которым можно отнести властные структуры, принимающие решения относительно стратегии и миссии развития региона, и команда профессионалов-имиджмейкеров остаются в тени, в сознании целевой аудитории возможен субъектный сдвиг, в результате которого креативная деятельность по моделированию имиджа приписывается субъектам второго порядка. Среди таких «вторичных» субъектов можно назвать политического лидера, выступающего с речами об особенностях региона; СМИ, оценочно освещающие событийный поток территории; индивидуума, который делится своими впечатлениями от пребывания на данной территории. Между тем совершенно очевидно, что каждый из отмеченных субъектов не является в собственном смысле создателем имиджа, поскольку лишь транслирует — хотя, разумеется, с налетом личностного прочтения — некий результат. С учетом сказанного так называемых вторичных субъектов имиджеформирующей деятельности правильнее оценивать как каналы передачи информации.

И. Вajенина следующим образом характеризует собственно субъектную составляющую процесса формирования имиджа: «Продвижение и “продажа” территории являются прерогативой и целью территориальных органов власти и управления, региональных экономических агентств развития, туристических операторов и агентств, торговых домов, спортивных комитетов и федераций, других структур, действующих в данной стране (регионе) и заинтересованных в удержании имеющихся потребителей территории и привлечении новых» [1, 52].

С. Киреева и М. Кузина обращаются к исчислению направлений распространения информации об имидже региона, которые, в соответствии с предложенной моделью, могут быть истолкованы как каналы трансляции имиджа. К ним исследователи относят посетителей региона — частных лиц, официальные делегации, представителей предприятий и организаций; представителей власти (политических лидеров); выставки, ярмарки, конференции и другие информационные миссии, в которых регион принимает участие; торговые представительства региона; представительства зарубежных держав в регионе; туристические фирмы; местные и центральные СМИ [9, 234]. В системе каналов трансляции имиджа ключевую позицию занимают, разумеется, СМИ. Это связано не только с широким охватом аудитории, но и с прочно укоренившимся доверием к печатному слову.

В психологии массовых коммуникаций принято считать, что СМИ неограниченно влияют на сознание индивида. Понимая всю категоричность подобных утверждений, следует признать, что СМИ действительно играют заметную роль в имиджеформирующей деятельности. По справедливому замечанию Э. Галумова, «единственный инструмент имиджирования, которым мы сегодня более или менее пользуемся и которому охотно верим свою судьбу, — это, безусловно, СМИ» [8, 18]. Ср. аналогичные высказывания: «Все аспекты жизни региона должны в конечном счете формировать благоприятный имидж территории. И, безусловно, не последнюю роль здесь играют СМИ. В эпоху «четвертой власти», «господства информации» именно им принадлежит львиная доля в формировании базовых представлений о регионах» [9, 233]; «Огромное значение в формировании имиджа территории имеют средства массовой информации. Их роль возрастает в случае необходимости сознательного построения или коррекции имиджа (например, в условиях социального или политического заказа)» [1, 48].

Следует отметить, что для создания имиджа территории важно не только содержание транслируемой и ретранслируемой СМИ информации, но и частотность упоминания о территории.

Перед разноуровневыми средствами массовой информации, освещающими событийный поток региона, стоят различные задачи. Основная ответственность за формирование территориального имиджа ложится, разумеется, на региональные СМИ — именно местная пресса, располагаясь в непосредственной близости от освещаемых событий, способна успешно и объективно формировать имидж региона. Центральная, или федеральная, пресса, опираясь во многом на информационное пространство региональных СМИ, обеспечивает осведомленность (хоть и фрагментарную) о регионе всего национального сообщества. На этом уровне вырабатываются определенные стереотипы о территории, которые могут мигрировать и в зарубежные средства массовой информации.

Наряду с важнейшей ролью СМИ в процессе складывания имиджа следует также учитывать субъективный фактор — психику субъекта, которая, во-первых, рефлексивно воспринимает преподносимую информацию, во-вторых, учитывает собственный опыт взаимодействия с объектом и мнение окружающих людей (в этом смысле нельзя недооценивать значение слухов и сплетен).

Несколько иначе на каналы передачи информации о регионе смотрит С. Анхольт. Ученый предлагает так называемый шестигранник брендинга территории, углы которого соотносятся со способами коммуникации территории с внешним миром. К указанным способам относятся, в частности, 1) туризм, 2) экспортируемые бренды, 3) внутренняя и внешняя политика, 4) инвестиции и иммиграция, 5) культу-

ра и обычаи, 6) население [10, 50—51]. Чрезвычайно интересно, что в список коммуникативных каналов передачи информации о территории не попали СМИ. Как кажется, это может быть объяснено их преимущественной «информационной вторичностью»: будучи средством передачи информации, они, как правило, не создают события, а лишь транслируют сведения о них в широкие массы.

Все потенциальные потребители имиджа территории — они же контрагенты — могут быть условно разделены на три крупных группы: местное население, туристы и экономически активные группы субъектов, т.е. инвесторы и бизнесмены. Образы, которые формируются в сознании целевых групп в результате работы имиджмейкеров и каналов ре-трансляции, являются обратной связью, получаемой заказчиками и создателями имиджа.

Что касается способа формирования имиджа, то следует отметить, что в рамках данного параметра объединены два аспекта — способ кристаллизации и создания имиджа, с одной стороны, и способ его внедрения в массовое сознание — с другой. Первый аспект предполагает разработку концепции имиджа региона, определение его основных содержательных моментов, продумывание и производство необходимой атрибутики и т.д. Второй аспект сводится к механизмам распространения и продвижения имиджа территории, среди которых можно обозначить презентационную деятельность, издание буклетов, адресную интернет-рассылку, запуск серверов территориальных администраций, участие регионов в крупных международных и общероссийских форумах, мероприятиях и выставках и мн. др. Отдельную позицию среди способов формирования имиджа у целевой аудитории занимают коммуникативные (речевые) стратегии, тактики и ходы, реализация которых ярче всего прослеживается в выступлениях политических лидеров и журналистских текстах.

Моделируемый имидж, по существу, есть набор информационных сообщений, которые могут быть разделены на (1) базовые и устойчивые (название, гимн, флаг, девиз, слоган и др.) и (2) дополнительные и актуальные (новостные заметки, выступления политических лидеров и др.) [4, 10]. Особую разновидность имиджевых сообщений составляют поликодовые тексты, т.е. тексты вербально-визуальной природы (книги, брошюры, буклеты и т.д.). Вся информация, представляющая имидж региона, имеет, таким образом, двухуровневую статико-динамическую структуру: в ее фундаменте располагаются наиболее значимые знаки-символы региона, а в надстройке — усиливающие и развивающие эти знаки сведения о текущей жизни территории. Для поддержания успешного имиджа необходимо постоянно следить за гармонией между фундаментом и надстройкой, их соответствием друг другу.

Итак, имиджирование — это деятельность, структура которой предполагает ряд ключевых компонентов: с одной стороны, субъекта формирования позитивных представлений о регионе, с другой — объекта, в отношении которого проводятся интерпретация и моделирование его значимых сторон, наконец, саму имиджевую информацию. Для более детального моделирования процесса формирования имиджа следует учитывать такие систематические аспекты, как мотив деятельности (например, повышение статуса региона; привлечение инвестиций и т.д.), ее цель (создание устойчивых представлений о регионе в массовом сознании), прототип имиджирования (реального субъекта или реальный объект), его контрагентов (целевую аудиторию, потенциальных потребителей имиджевой информации), субъектов формирования имиджа (властные структуры; команду имиджмейкеров), способы конструирования и трансляции имиджевой информации (концепцию имиджа; коммуникативные стратегии, тактики и ходы преподнесения имиджа), каналы ее передачи (политических лидеров; СМИ; отдельную личность), результат имиджирования (желаемый имидж).

Комплексное рассмотрение разнообразных вопросов, связанных с имиджевым феноменом, позволяет констатировать его сложность и многоаспектность, вследствие чего любой имидж, в том числе и территориальный, может быть рассмотрен в психологическом, когнитивном, политическом, экономическом, социокультурном и др. ракурсах. Однако, будучи явлением, во-первых, коммуникативным (по способу передачи информации об объекте), а во-вторых, суггестивным (по установке на изменение отношения к сообщаемому), имидж требует в первую очередь тактико-стратегической интерпретации, которая позволяет взглянуть на субъекта имиджирования в аспекте применяемой им стратегической линии публичного поведения, реализующейся за счет коммуникативных тактик и ходов — коммуникативно-семиотических механизмов репрезентации желательных представлений и образов. Коммуникативно-семиотические механизмы, используемые для регионального имиджирования, составляют систему средств, находящихся между собой в отношениях логического включения.

Последующее описание процесса, связанного с формированием позитивного облика региона, предполагает рассмотрение деятельности и поведения субъектов имиджеобразования — в частности, разбор имиджевой персуазивной стратегии, присущей публичным выступлениям представителям региональных элит. Как показывает материал, данная коммуникативная стратегия может приобретать статус макростратегии, т.е. объединять целый ряд стратегий (информативную и аргументативную стратегии, стратегию презентации, стратегию дискредитации, стратегию формиро-

вания позитивного имиджа территории). Коммуникативные стратегии реализуются различными тактиками (например, стратегия формирования позитивного имиджа территории включает в себя: 1) выражение заботы о местном населении, 2) рассказ об успешных людях, олицетворяющих достижения региона, 3) демонстрацию развития территории, 4) показ значимости территории для страны/мира, 5) формирование территориальной идентичности). Тактики, в свою очередь, определяются использованными коммуникативными ходами (приемами) (например, тактика демонстрации развития территории сопровождается употреблением лексических единиц *развитие, инновации, проект, внедрение, впервые* и под., передающих идею позитивной динамики). Таким образом, обособливается то особое место, которое занимает персуазивная стратегия (включая стратегию формирования позитивного образа региона) в практике продвижения определенным субъектом имиджирования отдельного территориального образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Важенина И. С. Имидж как конкурентный ресурс территории / И. С. Важенина // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2006. — № 6. — С. 47—64.

Кемеровский государственный университет

Чепкасов А. В., кандидат филологических наук, ведущий кафедрой журналистики и русской литературы XX века, доцент

E-mail: chepkasoff@yandex.ru

2. Выгонский С. И. Что такое региональный имидж? / С. И. Выгонский. — URL: <http://sv-psycho.narod.ru/regionimage.html> (дата обращения: 20.09.2017).

3. Гравер А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направление исследования / А. А. Гравер // *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. — 2012. — № 3. — С. 29—45.

4. Добрикова А. А. Имидж региона в социокультурной коммуникации (на примере Челябинской области) / А. А. Добрикова // *Автореферат ... канд. культурологии*. — Челябинск: Изд-во Челябинской государственной академии культуры и искусств, 2012.

5. Еремеев С. Н. Формирование имиджа региона как инструмента управления его развитием: автореферат дис. ... канд. экон. наук / С. Н. Еремеев. — Москва, 2009.

6. Сасим А. В. Маркетинг в туристской индустрии / А. В. Сасим. — Омск, 2013.

7. Клифтон Р. Бренды и брендинг / Р. Клифтон, Д. Симмонз. — Москва: Олимп-бизнес, 2008.

8. Галумов Э. А. Имидж против имиджа / Э. А. Галумов. — Москва: Известия, 2005.

9. Киреева С. А. Имидж региона: теоретический аспект / С. А. Киреева, К. А. Кузина // *Вестник АГТУ*. — 2007. — № 1. — С. 233—235.

10. Анхольт С. Создание бренда страны / С. Анхольт // *«Бренд-менеджмент»*. — 2007. — № 1. — С. 50—52.

Kemerovo State University

Chepkasov A. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Journalism and Russian Literature of the XX century Department

E-mail: chepkasoff@yandex.ru

КОММЕРЧЕСКАЯ КОРРЕКТНОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЭВФЕМИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

М. А. Шилова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 31 марта 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются экстралингвистические факторы, влияющие на эвфемизацию маркетинговой сферы; изучаются особенности эвфемии в современных рекламных сообщениях, описываются современные тенденции проявления коммерческой корректности в вербальной и визуальной форме.

Ключевые слова: эвфемизм, политическая корректность, социальная корректность, маркетинговая коммуникация, эмоджи, рекламное сообщение, социальная реклама.

Abstract: the article explores the extralinguistic factors affecting euphemization of the marketing sphere; the features of euphemia in modern advertising messages are studied, current trends of commercial correctness in verbal and visual forms are described.

Keywords: euphemism, political correctness, social correctness, marketing communication, emoji, advertising message, social advertising.

Еще на начальных стадиях развития общества существовали определенные основанные на религиозных и моральных аспектах запреты, которые способствовали формированию эвфемизмов речи для обозначения табуированных понятий. На возникновение эвфемизмов оказывают влияние отдельные экстралингвистические факторы, например, экономические и культурные изменения в жизни социума, и эвфемия используется в различных социальных сферах — политической, экономической, духовной [1, 893].

Культурно-поведенческая и языковая тенденция, получившая название «политическая корректность», возникла в последней трети XX в. в связи с протестом в США афроамериканцев против «расизма английского языка» (феминистки также сочли английский язык недостаточно тактичным). Истоки европейской политкорректности связаны с борьбой за соблюдение прав человека и политической мультикультурализма. Выступавшие за политкорректность требовали убрать из речевого оборота языковые единицы, задевающие чувства, достоинство граждан, указывающие на их расовую и половую принадлежность, возраст, состояние здоровья, социальный статус, внешний вид, и найти для них нейтральные или положительные заменители. Исследователи А. А. Афанаськова и О. А. Дегтярёва в статье «Проявление политкорректности в русском языке» [2, 40—43] отметили, что феномен политической корректности имел место в России еще до развития американских движений. Например, в первые годы существования советской власти смертельный

приговор (расстрел) стали называть «высшей мерой», а доярок — «операторами машинного доения». Лингвистическая политкорректность актуализировалась в нашей стране в конце 1990-х гг. под влиянием глобализации и всеобщей коммерциализации. При этом многие «корректные» языковые единицы были позаимствованы у американцев и британцев (из английского языка) без какой-либо адаптации. Известный лингвист С. Г. Тер-Минасова в своей монографии «Язык и межкультурная коммуникация» [3] использует понятие «коммерческая корректность» в качестве разновидности политической корректности в бизнес-сфере.

Мы считаем возможным определить коммерческую корректность как использование в маркетинговой коммуникации нейтральных или позитивно окрашенных слов, выражений и образов, которые не задевают чувств и достоинства реципиента, не дискриминируют его по расовой, половой принадлежности, возрасту, состоянию здоровья, внешнему виду, социальному статусу или иным признакам и обеспечивают ему психологический комфорт. То есть коммерческая корректность — это один из способов повышения эффективности маркетинговой коммуникации с помощью эвфемизмов и иных средств: «Основная цель, которая преследуется говорящими при использовании эвфемизмов в социальных и межличностных отношениях, — стремление избегать коммуникативных конфликтов и неудач, не создавать у собеседника ощущения коммуникативного дискомфорта» [4, 32].

Расхождения в определении предметно-понятийной области эвфемизмов сформировали узкий и широкий подход к их пониманию. Сторонники

узкого подхода — Ж. Ж. Варбот [5], А. А. Реформатский [6] — относят к эвфемизмам только слова или выражения, которые употребляются вместо табуированных. В рамках широкого подхода — Л. П. Крысин [4], Е. П. Сеничкина [7] — эвфемизмами считаются не только замены запрещенных слов, но и замены нежелательных, невежливых, грубых высказываний. Широкий подход позволяет говорить об эвфемии как одном из факторов коммерческой корректности.

Многие лингвисты, такие как В. П. Москвин [8], при изучении эвфемизмов оперируют терминами (табуированные понятия, этика, вежливость), не имеющими прямого отношения к собственно лингвистическому статусу эвфемизмов. Очевидно, что экстралингвистические факторы играют значимую роль в эвфемии, что подтверждает рекламная практика. Например, авиаперевозчики отвергли деление на второй или третий классы, поскольку возникала ассоциация с «людьми второго сорта», именно в соответствии с коммерческой корректностью они предлагают билеты первой, бизнес либо экономической категории.

Е. П. Сеничкина выделяет категории условий употребления языковой единицы в функции эвфемистической замены. Среди них: фактор контекста, фактор непринужденности/детерминированности общения, фактор стилевой закреплённости; социальный фактор, фактор социальной относительности эвфемизма (деэвфемизмы) и фактор речевой культуры и т.д. [7, 30—34].

Фактор контекста исключительно важен для рекламного сообщения. В рекламе с участием Сергея Шнурова средства для усиления потенции «Али-капс» деликатная тема обыгрывается словами песни: «Я как Терминатор...». Эвфемистическая замена понятна аудитории именно благодаря контексту.

Для большинства текстов рекламных сообщений характерна детерминированность, что служит благодатной почвой для эвфемии. Кроме того, сообщения, транслируемые в СМИ, как правило, выдержаны в публицистическом или литературном стиле, что подталкивает копирайтеров к эвфемистической замене определенных слов и выражений.

Фармацевтическая сфера требует особенной деликатности при создании рекламных сообщений. Поэтому в слоганах часто используется эвфемия в форме языковой игры. Например, «Фитолак» — *фруктовый ключ от всех запоров!* (слабительное средство); «Бетасептин»: *У детей на руках настоящий зоопарк!* (антисептик для рук), «Если каждый день никак, принимайте «Дюфалак»!» (слабительное средство), «Ноопен» — *крепкой памяти секрет!* (средство от склеротических изменений) и т.д.

Социальный фактор также значим для маркетинговой коммуникации. Рекламная кампания подгузников Pampers в 2016—2017 гг. проходила под

слоганом «Куда исчезли все пи-пи?» (типичный эвфемизм детской речи).

Тенденцией последних лет стала визуальная эвфемия. Например, компания Libresse, производящая средства женской гигиены (в частности, прокладки) решила помочь женщинам преодолеть стеснение в обсуждении вопросов менструации с помощью визуальных эвфемизмов. Она направила в Change.org предложение о включении шести новых эмоджи (на тему критических дней) в обновленную версию клавиатуры Unicode. Представители компании считают, что ироничные иконки позволят девушкам выражать свои мысли привычным образом и избавят от чувства неловкости.

К эвфемии часто прибегают в процессе продвижения: средств личной гигиены (дезодоранты, прокладки и т.п.); фармацевтических препаратов (средства от акне, диареи, эректильной дисфункции и т.п.); антивозрастной косметики; товаров для беременных; товаров для людей с избыточным весом; ритуальных услуг; объектов социальной рекламы.

Коммерческая номинация также порой требует использования эвфемизмов. Например, в Воронеже работает магазин для полных женщин «Знатная Дама», а в Интернете — Lady XL. В обоих случаях коммерческая корректность соблюдена не в ущерб идентификационной функции, т.е. целевая аудитория может легко декодировать сообщение о продаже одежды больших размеров.

Коммерческая корректность призвана создавать и поддерживать психологический комфорт целевой аудитории. Компания DOVE осознала это более десяти лет назад и разработала кампанию «DOVE за естественную красоту!».

Модели размера «плюс» (plus size) впервые появились в Америке в середине XX в. Этому способствовал менталитет жителей данной страны. Полные американки часто подавали в суд на работодателей, которые дискриминировали их или оскорбляли, называя полными. Поэтому был предложен термин «плюс сайз», который переводится как «на размер больше». Таким образом в рекламной коммуникации появились полные модели, продвигающие товары и услуги для «обычных» людей, не обладающих идеальными параметрами.

Как отмечает в своей работе И. А. Стернин, «негативная информация должна быть сведена к минимуму. Под негативной информацией понимается любая информация, которая неприятна собеседнику, вызывает у него беспокойство или вовсе отторжение» [9, 56].

В рекламных сообщениях косметических компаний, как правило, отсутствуют слова «старение», «прыщи», «морщины» и т.п. Любые проблемы кожи называют «несовершенствами». Так, ночной антивозрастной крем VICHY SLOW AGE продвигается со слоганом: «Глоток свежего воздуха для молодости вашей кожи на утро».

Социальная реклама также изобилует примерами эвфемии и языковой игры. Так, НКО «Здоровая Россия» сочла эффективными сообщения: «Барсики уходят изо рта. Так и должно быть, если ты бросил курить» и «Вам лучше не смотреть на тех, кто не смотрел на знаки ограничения скорости». Компания «Макдоналдс» постоянно проводит политику создания единой безбарьерной среды, предоставляя всем посетителям равные возможности в странах своего присутствия. Меню для слабовидящих и незрячих посетителей расположено в ресторанах на стендах «МакИнфо». Слова «слепые» или «инвалиды по зрению» никогда не используются коммерческими организациями.

Таким образом, коммерческая корректность является драйвером эвфемизации современной маркетинговой сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — Москва, 1994.
2. Афанаськова А. А. Проявление политкорректности

в русском языке / А. А. Афанаськова, О. А. Дегтярёва // Мова і література у XXI столітті: актуальні аспекти дослідження. — Мінск, 2013. — С. 40—43. — URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/504191> (дата обращения: 31.03.18).

3. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. — Москва, 2000.

4. Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русистика. — Берлин. — 1994. — № 1—2. — С. 28—49. — URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-94.htm> (дата обращения: 31.03.18).

5. Варбот Ж. Ж. Табу / Ж. Ж. Варбот. — Москва, 1979.

6. Реформатский А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский. — Москва, 2004.

7. Сеничкина Е. П. Эвфемизмы русского языка / Е. П. Сеничкина. — Москва, 2006.

8. Москвин В. П. Эвфемизмы в лексической системе русского языка / В. П. Москвин. — Москва, 2007.

9. Стернин И. А. Коммуникативная категория. Вежливость как коммуникативная категория / И. А. Стернин. — Воронеж, 2003. — URL: http://www.vsu.ru/ru/university/structure/communicate/pdf/comm-behavior/comm-behavior_2003—2.pdf (дата обращения: 31.03.18).

*Воронежский государственный университет
Шилова М. А., преподаватель кафедры рекламы и дизайна
E-mail: maria_prep@mail.ru*

*Voronezh State University
Shilova M. A., Lecturer of the Advertising and Design Department
E-mail: maria_prep@mail.ru*

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

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.

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, 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).

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).

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.

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.