



СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ

Акинъшин А. Н. СЕМЬЯ БУНИНЫХ В ВОРОНЕЖЕ	5
Алейников О. Ю. СООТНОШЕНИЕ ДИСКУРСИВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ПОВЕСТИ А. ПЛАТОНОВА «КОТЛОВАН»	10
Герасимова К. М. ВАЛЕРИЙ ПАВЛОВИЧ СОМОВ И ЕГО КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ СЛОВАРИ	17
Дегальцева А. В. К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ В НАУЧНОЙ РЕЧИ СИНТАКСИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ INF ADV ₀	20
Заварницына Н. М. ФОРМИРОВАНИЕ ПОНЯТИЯ ТЕАТРАЛЬНОСТИ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭТОГО ФЕНОМЕНА В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИИ XX — НАЧАЛА XXI ВВ.	23
Колтакова С. В., Стернина М. А. МЕЖУРОВНЕВЫЙ ХАРАКТЕР СОПОСТАВИТЕЛЬНО-ПАРАМЕТРИЧЕСКОГО МЕТОДА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	28
Кухтина Н. И. СНОВИДЕНИЕ КАК СПОСОБ ПОЗНАНИЯ БЫТИЯ: «ИСПОВЕДЬ» Л. Н. ТОЛСТОГО	31
Макаричева Н. А. ЭКСТЕНСИВНАЯ ГЕНДЕРОЛОГИЯ В РОМАНЕ «БЕСЫ» Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО	36
Мельников Д. В. (Иеромонах Гавриил) «ДУХОВНЫЙ РЕГЛАМЕНТ» В ТВОРЧЕСТВЕ СВТ. ТИХОНА ЗАДОНСКОГО И СТАНОВЛЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА	42
Новикова Е. А. ОБОЗНАЧЕНИЯ ЛИЦ РАЗНОГО ПОЛА В «СЛОВАРЕ ЦЕРКОВНО-СЛАВЯНСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКА» 1847 Г.	47
Первухина С. В. ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА АКЦЕНТУАЦИИ ТЕКСТОВЫХ ДОМИНАНТ В ЖАНРЕ УСТНОГО РАССКАЗА: ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	50
Попова М. К. «ЗАЩИТА ПОЭЗИИ» Ф. СИДНИ: ГУМАНИСТЫ ПРОТИВ ПУРИТАН	53
Просовецкий Д. Ю. К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ СЛОВАРЯ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА	59
Родикова О. В. КОНЦЕПТЫ ВРЕМЕНИ И ПУСТОТЫ В РАССКАЗЕ «БАСИЛЕВС» О. СЛАВНИКОВОЙ	62
Рудакова А. В. СПЕЦИФИКА ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ СЕМАНТИКИ ТОПОНИМОВ	66
Стрельникова Л. Ю. ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ АНТИУТОПИЯ М. УЭЛЬБЕКА «ПОКОРНОСТЬ»: ПОСЛЕДНИЙ ДУХОВНЫЙ КРИЗИС ЕВРОПЕЙСКОГО МИРА	71
Сюе Чэнь АЛЬТЕРНАТИВА И ДОПОЛНИТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОРЫ ЛИТЕРАТУРЫ («ПАДЕНИЕ ДАИРА» А. МАЛЫШКИНА И «СОЛНЦЕ МЕРТВЫХ» И. ШМЕЛЁВА)	78
Удодов А. Б. ТРИ СЮЖЕТА СВАТОВСТВА В РОМАНЕ «ТИХИЙ ДОН»: ТРАНСФОРМАЦИЯ КУЛЬТУРНО- ОБРЯДОВОЙ ТРАДИЦИИ	83
Чарыкова О. Н., Сун Чуньчунь ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ КОЛОРАТИВОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ	86

ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Авдони́на Н. С., Малахова А. М.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМАТА «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ» В ПУБЛИЦИСТИКЕ ДМИТРИЯ СОКОЛОВА-МИТРИЧА.....	89
<i>Гикис С. Н.</i> ИНФОГРАФИКА КАК ТРЕНД В ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ ДАННЫХ (НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ МЕДИА).....	94
<i>Давтян А. А., Курганова Е. Б.</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ГЕЙМИФИКАЦИИ В СЕКТОРЕ В2С	98
<i>Дорохин В. Н.</i> ФЕНОМЕН ПОЛИТИЧЕСКИХ TELEGRAM-КАНАЛОВ КАК ИННОВАЦИОННЫХ ЦИФРОВЫХ СМИ В РОССИИ	103
<i>Зубко Д. В.</i> ПЕРСОНИФИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ РАДИОВЕЩАНИИ.....	106
<i>Койбаев Б. Г.</i> СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ ВО ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ ЗАПАДА И СТРАН ПЕРСИДСКОГО ЗАЛИВА В 70–80-Х ГГ. XX В.....	110
<i>Колесникова В. В.</i> ВИДЕОЛЕКЦИЯ КАК ФОРМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТУДЕНЧЕСКОЙ АУДИТОРИЕЙ	112
<i>Кузнецов И. С., Славина В. А.</i> ПОЛИТЕЙНМЕНТ И ТАБЛОИДИЗАЦИЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЫ	115
<i>Лекова П. А.</i> ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КАК КОМПОНЕНТ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА	118
<i>Литовская А. С.</i> ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ЭКРАННОГО ИЗОБРАЖЕНИЯ, ВОЗНИКНОВЕНИЕ ПОДТЕКСТА	123
<i>Новичихина М. Е.</i> О НЕРЕШЕННЫХ ВОПРОСАХ И ПЕРСПЕКТИВАХ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ	127
<i>Пивоварова М. И., Конопелько И. П.</i> НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ	130
<i>Пром Н. А.</i> МЕДИАФАКТ КАК ФОРМА ЗНАНИЯ: ТИПОЛОГИЗАЦИЯ	134
<i>Пустовалов А. В.</i> ГОРМЕДИА Г. БЕРЕЗНИКИ ПЕРМСКОГО КРАЯ: СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА И ВЗАИМОДОПОЛНЕНИЯ	138
<i>Ряжских Е. А.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МОРФЕМИКИ И СЛОВООБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫМ СТУДЕНТАМ-ЖУРНАЛИСТАМ.....	144
<i>Тулупов В. В.</i> СПОРТИВНАЯ РОССИЙСКАЯ ПРЕССА: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ	148
<i>Тулупов В. В.</i> ЖУРНАЛИСТИКА И ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	155
<i>Финк Т. Е.</i> ИСТОРИЯ НЕМЕЦКИХ МЕДИЦИНСКИХ ЖУРНАЛОВ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ОТНОШЕНИЯ ОБЩЕСТВА К ЦЕННОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЖИЗНИ И РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНЫ	161
<i>Холстинин В. В.</i> ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА В ЮГО-ЗАПАДНЫХ ГУБЕРНИЯХ РОССИИ В ДОСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД	164
<i>Цао Юй.</i> СТРУКТУРА И СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ КАНАЛАХ КИТАЯ.....	168
<i>Шагдарова Б. Б.</i> РАДИОЖУРНАЛИСТИКА БУРЯТИИ В 1938–1940 ГГ.....	171
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	175

Proceedings of Voronezh State University

SCIENTIFIC JOURNAL



SERIES:
PHILOLOGY. JOURNALISM
Published quarterly

Series: Philology. Journalism. 2019. № 1. January – March

CONTENTS

PHILOLOGY

<i>Akinshin A. N.</i> THE BUNIN FAMILY IN VORONEZH	5
<i>Aleinikov O. U.</i> THE CORRELATION OF THE DISCURSIVE TRENDS IN A. PLATONOV'S NOVEL «THE FOUNDATION PIT»	10
<i>Gerasimova K. M.</i> VALERY PAVLOVICH SOMOV AND HIS CULTUROLOGICAL DICTIONARIES	17
<i>Degaltseva A. V.</i> TO THE QUESTION ABOUT THE FUNCTIONING OF THE SYNTACTIC MODEL INF ADV ₀ IN SCIENTIFIC SPEECH	20
<i>Zavarnitsina N. M.</i> THE FORMATION OF THE CONCEPT OF THEATRICALITY AND ELEMENTS OF THIS PHENOMENON IN RUSSIAN LITERATURE XX – BEGINNING OF XXI CENTURIES	23
<i>Koltakova S. V., Sternina M. A.</i> INTERLEVEL CHARACTER OF COMPARATIVE-PARAMETRIC METHOD OF LINGUISTIC RESEARCH	28
<i>Kukhtina N. I.</i> DREAM AS A WAY OF GETTING TO KNOW LIFE: «A CONFESSION» L. N. TOLSTOY	31
<i>Makaricheva N. A.</i> EXTENSIVE GENDEROLOGY IN DOSTOEVSKY'S NOVEL «THE DEMONS»	36
<i>Melnikov D. V.</i> «SPIRITUAL REGULATIONS» IN ST. TIKHON ZADONSKY'S WORKS AND THE FORMATION OF THE RUSSIAN LANGUAGE	42
<i>Novikova E. A.</i> NAMES OF PERSONS OF DIFFERENT GENDER IN THE «DICTIONARY OF THE CHURCH SLAVONIC AND RUSSIAN LANGUAGE», 1847	47
<i>Pervukhina S. V.</i> PARALINGUISTIC MEANS OF TEXT DOMINANTS ACCENTUATION IN GENRE OF ORAL STORYTELLING: PRAGMATICAL AND LINGUISTIC ASPECT	50
<i>Popova M. K.</i> «THE DEFENSE OF POETRY» BY F. SYDNEY: HUMANISTS AGAINST THE PURITANS	53
<i>Prosovetskiy D. Yu.</i> TO THE QUESTION OF CREATING A DICTIONARY OF MODERN RUSSIAN LANGUAGE EVALUATION VOCABULARY	59
<i>Rodikova O. V.</i> CONCEPTS OF TIME AND EMPTINESS IN THE TALE «BASILEUS» BY O. SLAVNIKOVA	62
<i>Rudakova A. V.</i> THE SPECIFICS OF PSYCHOLINGUISTIC DESCRIPTIONS OF THE SEMANTICS OF TOPONYMS	66
<i>Strelnikova L. Yu.</i> POSTMODERNISTIC ANTIUTOPIA «SOUMISSION» BY M. HOUELLEBECQ: THE LAST SPIRITUAL CRISIS OF EUROPE'S WORLD	71
<i>Xue Chen.</i> ALTERNATIVE AND SUPPLEMENT AS FACTORS OF LITERATURE («THE FALL OF DAIR» BY A. MALYSHKIN AND «THE SUN OF THE DEAD» BY I. SHMELEV)	78
<i>Udodov A. B.</i> THREE PLOTS OF MATCHMAKING IN THE NOVEL «THE QUIET DON»: THE TRANSFORMATION OF THE CULTURAL-RITUAL TRADITION	83

<i>Charykova O. N., Sun Chunchun.</i> ASPECTS OF THE PROPER USE OF COLOUR TERMS IN MODERN RUSSIAN-LANGUAGE CONTEMPORARY ADVERTISING DISCOURSE.....	86
--	----

JOURNALISM

<i>Avdonina N. S., Malakhova A. M.</i> FORMAT FEATURES «HUMAN DOCUMENT» IN JOURNALISM DMITRY SOKOLOV-MITRICH	89
<i>Gikis S. N.</i> INFOGRAPHICS AS A TREND IN FOREIGN DATA JOURNALISM (FOR EXAMPLE, BRITISH AND AMERICAN MEDIA)	94
<i>Davtyan A. A., Kurganova E. B.</i> PSYCHOLOGICAL ASPECT OF GAMIFICATION IN B2C COMMUNICATION	98
<i>Dorokhin V. N.</i> THE PHENOMENON OF POLITICAL TELEGRAM CHANNELS AS AN INNOVATIVE DIGITAL MEDIA IN RUSSIA.....	103
<i>Zubko D. V.</i> THE PERSONIFICATION IN THE MODERN JOURNALISTIC BROADCASTING.....	106
<i>Koybaev B. G.</i> MEDIA AND COMMUNICATIONS IN RELATIONS BETWEEN THE WESTERN AND THE GULF COUNTRIES IN THE 70–80S OF XX CENTURY	110
<i>Kolesnikova V. V.</i> VIDEO LECTURE AS A FORM OF INTERACTION WITH THE STUDENT AUDIENCE	113
<i>Kuznetsov I. S., Slavina V. A.</i> POLITAINMENT AND TABLOIDIZATION QUALITY PRESS.....	115
<i>Lekova P. A.</i> EXPRESSIVE-EVALUATIVE LANGUAGE MEANS AS A COMPONENT OF VERBAL PORTRAIT.....	118
<i>Litovskaya A. S.</i> PECULIARITIES OF PERCEPTION OF THE SCREEN IMAGE, THE APPEARANCE OF SUBTEXT	123
<i>Novichihina M. E.</i> UNSETTLED ISSUES AND PERSPECTIVES OF LINGUISTIC EXPERT EXAMINATION OF TRADEMARKS.....	127
<i>Pivovarova M. I., Konopelko I. P.</i> SOME PERCULARITIES OF ADVERTISING TEXT IN FRENCH LINGUISTIC CONSCIOUSNESS.....	130
<i>Prom N. A.</i> MEDIA FACT AS A FORM OF KNOWLEDGE: TYPOLOGY	134
<i>Pustovalov A. V.</i> URBAN MEDIA BEREZNIKI IN PERM REGION: STRATEGIES OF INFORMATION WARFARE AND COMPLEMENTARITY.....	138
<i>Ryazhskikh E. A.</i> TOPICAL ISSUES OF THE MORPHEMICS AND WORD-FORMATION OF THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE IN THE ASPECT OF TEACHING FOREIGN STUDENTS-JOURNALISTS	144
<i>Tulupov V. V.</i> THE RUSSIAN SPORTS PRESS: YESTERDAY AND TODAY	148
<i>Tulupov V. V.</i> JOURNALISM AND JOURNALISM EDUCATION IN MODERN CONDITIONS	155
<i>Fink T. E.</i> THE STORY OF THE GERMAN MEDICAL JOURNALS AS A REFLECTION OF THE CHANGING ATTITUDES OF SOCIETY TO THE VALUE OF HUMAN LIFE AND DEVELOPMENT OF MEDICINE	161
<i>Holstinin V. V.</i> LANGUAGE POLICY IN THE SOUTH-WESTERN PROVINCES OF RUSSIA IN PRE-SOVIET PERIOD.....	164
<i>Cao Yu.</i> STRUCTURE AND SPECIFICS OF MODERN CHILDREN'S TELEVISION, SPECIALIZED CHANNELS IN CHINA	168
<i>Shagdarova B. B.</i> RADIO JOURNALISM OF BURYATIA IN THE YEARS 1938–1940.....	171
SUBMISSION GUIDELINES.....	175

СЕМЬЯ БУНИНЫХ В ВОРОНЕЖЕ

А. Н. Акиншин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 26 декабря 2018 г.

Аннотация: статья посвящена определению времени проживания семьи писателя И. А. Бунина в Воронеже. Анализ мемуарных и архивных источников позволил сделать вывод о том, что родители И. А. Бунина жили в Воронеже с июля-августа 1870 г. до декабря 1873 г. Старший брат нобелевского лауреата Ю. А. Бунин жил здесь в 1870–1877 гг. Предпринимается попытка выяснить время крещения И. А. Бунина и имя его воспитателя.

Ключевые слова: И. А. Бунин, Воронеж, семья, крещение, гимназия.

Abstract: the article is devoted to determining the time of residence of the writer's I. A. Bunin family in Voronezh. The analysis of memoirs and archival sources led to the conclusion that the parents of I. A. Bunin lived in Voronezh from July-August 1870 to December 1873. The elder brother of the Nobel laureate Yu. A. Bunin lived here in the years 1870–1877. An attempt is being made to find out the time of the baptism of I. A. Bunin and the name of his Godfather.

Keywords: I. A. Bunin, Voronezh, family, baptism, grammar school.

Факт проживания семьи Буниных в Воронеже не подтвержден на сегодняшний день напрямую ни одним архивным документом. Дворяне пользовались правом свободного выбора места жительства на всей территории империи, а институт прописки или регистрации тогда не существовал. Недвижимостью в Воронеже Бунины не владели и снимали здесь квартиру (дом, или часть дома). Договор о найме с владельцем дома или квартиры заключался при посредничестве маклера и регистрировался в его книге. Воронежский архив в значительной степени пострадал в годы минувшей войны, поэтому все документы, связанные с работой маклеров, не сохранились.

Глава семьи, Алексей Николаевич Бунин (1827–1906), на государственной либо частной службе не состоял, поэтому в Воронеже не имеется формулярного списка о службе и место его проживания не могло быть учтено в Адрес-календаре. Интересующая нас ветвь рода Буниных была внесена в дворянскую родословную книгу по Орловской губернии, поэтому А. Н. Бунин не участвовал в дворянских выборах в Воронежской губернии и его пребывание здесь не нашло отражения в архивных материалах местного дворянского собрания и губернского предводителя. Источником существования семьи были доходы от имений, находившихся в Елецком уезде Орловской губернии.

Традиционно считается, что Бунины жили в Воронеже с 1867 по 1874 год. При определении дат исходили из семилетнего срока учебы в мужской

классической гимназии, которую окончил старший сын Юлий. В письме А. А. Коринфскому 18 ноября 1895 г. И. А. Бунин сообщал: «Родился я 10 октября 1870 года в Воронеже, куда мои родители переселились на время из деревни для воспитания моих старших братьев» [1, 210]. Составители летописи жизни и творчества Бунина датируют начальную дату этого «переселения» 1867 г. [2, 13]. Ту же дату, со ссылкой на воспоминания жены писателя В. Н. Муромцевой-Буниной, приводил орловский краевед В. А. Власов, хотя и не воспринимал ее с полным доверием [3, 103–104]. Авторитетный словарь русских писателей в биографиях И. А. и Ю. А. Буниных ограничивается сообщением 1874 г. как времени отъезда семьи из Воронежа [4; 354, 362]. Известный исследователь жизни и творчества Бунина Александр Кузьмич Бабареко в своих книгах воронежский период жизни семьи Буниных обходил молчанием [5]. Не назвал точных дат пребывания Буниных в Воронеже и писатель Юрий Данилович Гончаров, указав лишь, что этот период «растянулся на несколько лет» [6, 173].

Между тем сам И. А. Бунин в автобиографических заметках четко указал другую дату появления своей семьи в Воронеже: «Крымская кампания, в которой он <отец> участвовал «охотником», как тогда выражались, и переезд в *семидесятом* (курсив мой. — А. А.) году в Воронеж для воспитания детей, моих старших братьев Юлия и Евгения, способствовали нашему разорению особенно» [7, 10]. Такая дата находится в полном соответствии со временем поступления Юлия и Евгения Буниных в мужскую классическую гимназию. Многочисленные утверждения о том, что

Ю. А. Бунин окончил гимназию в 1874 г. (следовательно, поступил в нее в 1867 г.) оказались ошибочными [3, 104; 4, 362; 2, 14]. В личном деле студента математического факультета Московского университета Ю. А. Бунина хранится его аттестат, из которого следует, что он поступил в гимназию в 1870 г. и окончил ее в 1877 г., проучившись при этом год в восьмом, дополнительном, классе [8; 9, 38–47; 10, 34]. Несложный подсчет показывает, что Юлий Бунин поступил сразу во второй класс. Первоначальные навыки чтения, письма и арифметики он, как и его брат Евгений, получил в частном пансионе в Ельце, где учился в 1869–1870 гг. (Из воспоминаний Евгения: «Нас с братом Юлием отвезли в Елец, в частный пансион для подготовки в гимназию, где мы провели очень однообразно и скучно с год») [11, 228]. В этот год на хуторе Бутырки, где жили родители, умерли почти одновременно от дифтерита младшие дети Константин, Александра, Сергей.

Выпускные экзамены в гимназии проходили с 18 мая по 10 июня 1877 г., 15 июня Юлию выдан аттестат с золотой медалью. 12 июня 1877 г. в 51-м номере газеты «Воронежский телеграф» опубликован полный список выпускников гимназии. Под номером третьим (согласно алфавиту) идет «Бунин Юлий, сын потомственного дворянина, родился в г. Усмани, Тамбовской губ<ернии>, 7 июля 1857 г., учился в Воронежской гимназии 7 лет (с 1870 г.) и пробыл в VIII кл<ассе> один год; предполагает поступить в Московский университет на историко-филологический факультет» [12].

Поступление Ю. А. Бунина в гимназию именно в 1870 г. подтверждается и тем обстоятельством, что отец получил из Тамбовской духовной консистории копию метрики о его крещении 18 июня 1870 г., а 13 июля 1870 г. Орловское дворянское депутатское собрание причислило Юлия и Евгения Буниных к дворянскому сословию и внесло их в шестую часть местной родословной книги [8. Л. 4 и об.; 13]. При поступлении в гимназию требовалось представить копию метрики о крещении и свидетельство о дворянстве. Таким образом, становится очевидным, что Бунины переехали в Воронеж во второй половине июля — начале августа 1870 г. (прошения о зачислении детей в гимназию следовало подавать с 1 по 15 августа). Фраза из воспоминаний В. Н. Муромцевой-Буниной о том, что Бунины поселились в Воронеже за три года до рождения Вани, оказывается верной, если *год* заменить на *месяц* [14, 26].

Намерение Юлия Алексеевича поступить на историко-филологический факультет изменилось, и он 9 августа 1877 г. подал прошение на математический факультет Московского университета. Вопреки утверждению В. Н. Сачкова, автора статьи о Ю. А. Бунине в Словаре писателей, он не окончил математический факультет и тем более не учился на юридическом факультете в Московском университете [4, 362]. На са-

мом деле за участие в революционных кружках Юлий Бунин был отчислен в апреле 1881 г. из Московского университета с сохранением за ним права поступления в другое учебное заведение. В 1882 г. он завершил свое образование на математическом факультете Харьковского университета [10, 113].

Дата отъезда Буниных из Воронежа вытекает из следующего фрагмента воспоминаний писателя: «Страсть к клубу, к вину и картам заставила отца через *три с половиной года* (курсив мой. — А. А.) возвратиться в Елецкий уезд, где он поселился на своем хуторе Бутырки» [7, 10]. В пользу отъезда Буниных из Воронежа в конце ноября — начале декабря 1873 г. говорит то обстоятельство, что владельца дома, где они жили, жена отставного фельдшера Анна Сергеевна Фетисова, сдала 3 декабря 1873 г. нижний этаж двухэтажного дома крестьянину Федору Ракову в аренду под трактир с 1 января 1874 г. [15]. Между тем, в сентябре того же года он еще намеревался содержать трактир в соседнем доме крестьянки Т. А. Тибекиной [16]. Очевидно, к началу декабря 1873 г. А. С. Фетисовой стало ясно, что ее дом скоро освободится (или уже освободился) от жильцов, и она сдала каменный этаж под трактир. Проживание семьи с маленькими детьми в одном доме с трактиром маловероятно.

После отъезда родителей с маленькими детьми Ю. А. Бунин остался жить в Воронеже — один или с братом Евгением. Известно, что Евгений (1858–1936) поступил в гимназию в один год с Юлием, но учился плохо и оставил учебу (либо был отчислен), не окончив полного курса. Дата этого события в литературе не отмечена, но чаще всего подобное происходило по окончании четвертого класса. К сожалению, в кратких воспоминаниях Евгения Бунина, написанных в 1932 г., Воронеж обойден молчанием: «Не буду передавать в подробности жизнь нашу по переезде родителей к нам в Елец и далее в Воронеж, где родились брат Ваня и сестра Маша, и откуда на каникулы мы все уезжали в деревню, т.е. на хутор Бутырки» [11, 228].

В самом факте самостоятельного пребывания 17-летнего Юлия Бунина вдаль от семьи нет ничего необычного. Многочисленные источники свидетельствуют об учебе гимназистов и семинаристов вдаль от родственников и в более раннем возрасте. Ю. А. Бунин в 1874 г. окончил пять классов гимназии и мог теперь материально обеспечивать себя, поскольку с этого времени хорошо успевающие ученики получали право заниматься платным репетиторством для подготовки в учебные заведения или со своими младшими товарищами [17, 57]. Остался ли Юлий Бунин жить на прежнем месте или, что более вероятно, сменил квартиру — можно только гадать. Племянник Буниных, Николай Иосифович Ласкаржевский, ошибочно считал, что Юлий и Евгений Бунины жили в Воронеже *до приезда родите-*

лей и снимали квартиру «на Нижне-Девичьей улице» [18]. Если воспринимать этот адрес как место проживания Ю. А. Бунина *после отъезда родителей*, то это будет Большая Девиченская улица. Конкретный дом установить невозможно.

Архивный фонд губернской гимназии, где должно было находиться личное дело Ю. А. Бунина, не сохранился. В фонде дирекции народных училищ Воронежской губернии (прообраз современного Облор) личных дел гимназистов нет. В изученных за период 1867–1877 гг. делах дирекции упоминаний об учебе Юлия и Евгения Буниных обнаружить не удалось. Есть лишь подробные данные о выпускных экзаменах в мужской гимназии и выдаче аттестатов в 1873 г. [19].

Из числа одноклассников Юлия Бунина можно назвать преподавателя Петербургского реального училища Митрофана Дмитриевича Адамова (1858–1903), врача Николая Александровича Куберского (1858–1923), директора реального училища в ст. Каменской Василия Васильевича Маклецова (1858 — после 1917), участника общественного движения Дмитрия Федоровича Руднева (1858–1936), врача Ивана Петровича Селиванова (1854–1907), судебного чиновника Александра Федоровича Чигаева (1856–1917), присяжного поверенного Владимира Михайловича Якимова (1859–1909). Воспоминания, насколько мне известно, оставил только Д. Ф. Руднев, но они посвящены его участию в общественно-политической жизни и не затрагивают гимназический период его жизни [20]. Как видно из переписки братьев Буниных, Юлий в 1890-е гг. поддерживал отношения с В. М. Якимовым [1, 180].

Факт рождения И. А. Бунина в Воронеже неоспорим, он подтверждается воспоминаниями писателя. Между тем метрическое свидетельство о его крещении не обнаружено. Мы не знаем ни даты, ни места крещения, ни имен членов причта, ни имен восприемников. В «Летописи жизни и творчества Бунина» со ссылкой на воспоминания В. Н. Муромцевой-Буниной факт крещения отнесен к 11–13 октября, поскольку младенец был наречен Иваном во имя Иоанна Крестителя, один из дней памяти которого празднуется 12 октября [2, 13]. Вполне вероятно в таком случае, что обряд крещения проходил на дому и запись об этом должна быть внесена в метрическую книгу той церкви, чей причт совершал обряд. Оба (консисторский и церковный) экземпляра всех метрических книг церковью города Воронежа за этот период не сохранились, они сгорели во время войны. Копию метрики о крещении сына Алексей Николаевич Бунин должен был получить в 1881 г., когда причислял Ивана к дворянскому сословию, и она должна была остаться в делах Орловского дворянского депутатского собрания, но архивные материалы за этот год не сохранились. В деле о дворянском достоинстве рода Буниных, хранящемся в фонде Департамента

Герольдии в Российском государственном историческом архиве, подобные детали отражения не нашли [21]. Факт причисления И. А. Бунина 1 августа 1881 г. к дворянству отражен лишь в печатном справочнике [22, 35]. Копия метрики требовалась также при поступлении в Елецкую гимназию, где И. А. Бунин учился в 1881–1885 гг. Гимназическое дело Бунина не сохранилось в фонде это учебного заведения, который хранится в архиве Липецкой области: при отчислении копия метрики была ему возвращена [23]. Предпринятые воронежским историком Владимиром Бойковым в апреле 2018 г. поиски копии бунинской метрики в архивах мэрии XVI округа Парижа, где 4 июля 1922 г. И. А. Бунин и В. Н. Муромцева оформили брак, и православного собора во имя святого благоверного князя Александра Невского, где 24 ноября 1922 г. состоялось венчание Бунина и Муромцевой, успехом не увенчались [24].

О восприемнике при крещении сохранились детские воспоминания И. А. Бунина: «Довольно живо вижу одно, нечто красивое: я прячусь за портьеру в дверях гостиной и тайком смотрю на нашу мать на диване, а в кресле перед ней на военного: мать очень красива, в шелковом <...> платье с небольшим декольте на груди, а военный в кресле одет сложно и блестяще, с густыми эполетами, с орденами, — мой крестный отец, генерал Сипягин» [25, 336]. Большинство исследователей идентифицируют его с полковником Иваном Платоновичем Сипягиным (1827–1892), который служил в Воронежском Михайловском кадетском корпусе офицером-воспитателем [26, 251–252; 27, 28]. Если принять этот вывод, то можно предположить, что И. А. Бунин мог быть крещен в домовую церковь Михайловского кадетского корпуса. Правда, есть одно «но»: И. П. Сипягин в 1870 г. пребывал в чине капитана. Однако, вполне возможно, «генеральство» крестного шло от матери, мало разбиравшейся в офицерских чинах, а эполеты были принадлежностью парадной формы и капитана, и генерала.

Чин генерал-майора в 1870 г., как отметил в журнальном интервью историк В. В. Бойков, имел только один Сипягин: Всеволод Николаевич (1819–1893) [29; 2, 13]. В это время он жил в столице и состоял для особых поручений при Главнокомандующем войсками гвардии и Петербургского военного округа великом князе Николае Николаевиче Старшем. Всеволод Николаевич Сипягин, в отличие от Ивана Платоновича, с 1852 г. служившего в Воронежском кадетском корпусе [30; 31, 206], был участником Крымской войны, и судьба могла свести его там с Алексеем Николаевичем Буниным. К сожалению, сведений о приезде в Воронеж В. Н. Сипягина ни в октябре 1870 г., ни в более позднее время, не имеется. «Воронежские губернские ведомости» в эти годы списки приезжающих и выезжающих из города уже не публиковали. Его начальник, великий князь Николай Никола-

евич, с 19 сентября по 5 октября 1870 г. находился в Варшаве [32, 555], В. Н. Сипягин, очевидно, сопровождал его. За оставшуюся до крестин И. А. Бунина неделю вполне можно было приехать в Воронеж, тем более, что с 1868 г. действовала железная дорога, соединившая Петербург через Москву с Воронежем. Допускалось и заочное участие в крестинах в качестве восприемника. В воспоминаниях И. А. Бунина речь идет о реальном человеке, посетившем их семью примерно в 1873 г. К сожалению, в формулярном списке В. Н. Сипягина в 1870–1873 гг. нет записи о предоставлении ему отпуска для поездки в Воронежскую губернию [33]. Однако этот факт не дает возможности сделать однозначный вывод о его участии в крестинах И. А. Бунина: занимая высокую, но не строевую должность, он мог выехать в Воронеж с личного разрешения своего шефа. Вместе с тем воронежский Сипягин был тезкой новорожденному...

15 марта 1873 г. в Воронеже в семье Буниных родилась дочь Мария [6, 179]. В 1898 г. она вышла замуж за помощника машиниста Иосифа Адамовича Ласкаржевского (1881–27.6.1937) и жила на ст. Грязи Липецкого уезда Тамбовской губернии, затем в Калуге. Младший сын ее Николай Иосифович Ласкаржевский (24.4.1903–16.11.1990), живший в г. Бобруйске Белорусской ССР, сыграл решающую роль в определении конкретного места рождения И. А. Бунина и его сохранении для потомков. Он переписывался с Ю. Д. Гончаровым, Г. В. Антюхиным, В. П. Криворучко и В. С. Петровским. В середине 1910-х гг. Мария Алексеевна рассталась с мужем и жила с сыновьями Евгением и Николаем в Воронеже до начала 1920-х гг. Она умерла 5 ноября 1930 г. в Ростове-на-Дону [33].

Алексей Николаевич, Людмила Александровна, Иван и Мария Бунины переехали из Воронежа на хутор Бутырки Елецкого уезда в самом конце 1873 г., проведя здесь три с половиной года. Если мы опустим зимний период обустройства в имении, то эта дата вполне увязывается с уже упомянутым письмом Ивана Алексеевича к А. А. Коринфскому от 18 ноября 1895 г.: «детство (с 4-летнего возраста) мне пришлось провести в глуши, в одном из небольших родовых поместий» [1, 210]. Юлий Бунин жил в Воронеже с 1870 по 1877 гг., и не исключен приезд к нему на короткий срок родителей. Евгений Бунин жил здесь с 1870 г., дата его отъезда не установлена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бунин И. А. Письма 1885–1904 годов / И. А. Бунин / под ред. О. Н. Михайлова. — М.: ИМЛИ РАН, 2003. — 767 с.
2. Летопись жизни и творчества И. А. Бунина / сост. С. Н. Морозов. — Т. 1. — 1870–1909. — М.: ИМЛИ РАН, 2011. — 943 с.
3. Власов В. А. Старший брат // Собеседник. Портреты. Этюды. Исторические повествования. Очерки / В. А. Власов / ред.-сост. З. Я. Анчиполовский, О. Г. Ласунский. — Воронеж: Центр.-Чернозем. кн. изд-во, 1973. — С. 102–126.
4. Русские писатели. 1800–1917. Биографический словарь. — Т. 1. — М.: Сов. энциклопедия, 1989. — 672 с.
5. Бабореко А. К. И. А. Бунин. Материалы для биографии с 1870 по 1917 г. / А. К. Бабореко. — Изд. 2-е. — М.: Худож. лит., 1983. — 351 с.; Он же. Бунин. Жизнеописание. — М.: Мол. гвардия, 2004. — 464 с.
6. Гончаров Ю. Д. Вспоминая Паустовского. Предки Бунина / Ю. Д. Гончаров. — Воронеж: Центр.-Чернозем. кн. изд-во, 1972. — 180 с.
7. Бунин И. А. Автобиографическая заметка / И. А. Бунин // Полное собрание сочинений в XIII т. — Т. 1. — М.: Воскресенье, 2006. — 576 с.
8. ЦГА Москвы. — Ф. 418. — Оп. 291. — Д. 62. — Л. 2 и об.
9. Мотков С. И. Новые материалы по родословной И. А. Бунина / С. И. Мотков // II Бунинские чтения. Сб. материалов. — Псков: ЛОГОС Плюс, 2014. — С. 38–47;
10. Гордиенко Т. А. Ю. А. Бунин: Материалы к биографии / Т. А. Гордиенко. — М.: Икар, 2017. — С. 34.
11. Бунин Е. А. Раскопки далекой темной старины / Е. А. Бунин // Литературное наследство. Т. 84. — Иван Бунин. — Кн. 1. — М.: Наука, 1973. — С. 224–235.
12. Удостоенные аттестатов зрелости // Воронежский телеграф. — 1877. — 12 июля. — № 51. — С. 3.
13. Государственный архив Орловской области. — Ф. 68. — Оп. 1. — Д. 51. — Л. 71.
14. Муромцева-Бунина В. Н. Жизнь Бунина. Беседы с памятью / В. Н. Муромцева-Бунина. — М.: Сов. писатель, 1989. — 507 с.
15. Государственный архив Воронежской области (далее: ГАВО). — Ф. И-19. — Оп. 1. — Д. 435. — Л. 8; Д. 689. — Л. 3.
16. ГАВО. — Ф. И-19. — Оп. 1. — Д. 436. — Л. 56.
17. Пыльнев Ю. В. Воронежская губернская (1-я мужская) гимназия / Ю. В. Пыльнев. — Воронеж: ИПЦ ВГУ, 2009. — 139 с.
18. ГАВО. — Ф. 402. — Оп. 1. — Д. 59. — Л. 17 об.
19. ГАВО. — Ф. И-64. — Оп. 1. Д. 273.
20. Рязанов Д. В. Из воспоминаний Д. Ф. Руднева / Д. В. Рязанов // Освободительное движение в России. — Вып. 19. — Саратов, 2001. — С. 103–107.
21. Российский государственный исторический архив. — Ф. 1343. — Оп. 17. — Д. 6977, 6978.
22. Алфавитный указатель утвержденных Правительствующим Сенатом дворянских родов, внесенных в Дворянскую родословную книгу по Орловской губернии с показанием родословия каждого рода. — Орел, 1890. — 326 с.
23. Государственный архив Липецкой области. — Ф. 119. — Оп. 1. — Д. 122. — Л. 15; Д. 185. — Л. 12 и об.
24. <https://gorcom36.ru/content/voronezhskoe-zemlyachestvo-v-parizhe-zhan-de-bunin-pisatel-iz-rossii/>
25. Бунин И. А. Полное собрание сочинений в 9 тт. / И. А. Бунин. — М.: Худож. лит., 1967. — Т. 9. — 471 с.
26. Антюхин Г. В. Литературное былое. Книга очерков о литературном прошлом и памятных местах Воронежского края / Г. В. Антюхин. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1987. — 288 с.
27. Елецких В. Крестный отец Бунина / В. Елецких, А. Коробанов // Молодой коммунар. — 1995. — 12 окт.

28. Карасева Т. В. Еще раз о крестном отце И. А. Бунина / Т. В. Карасева // Берегиня. 777. Соч.: Общество. Политика. Экономика. — 2014. — № 1. — С. 56–61.

29. Сарма А. Бунинским маршрутом / А. Сарма // Слова. — 2015. — № 5 (ноябрь).

30. ГАВО. — Ф. И-29. — Оп. 139. — Д. 110. — Л. 3–5.

31. Юбилейный сборник Михайловского Воронежского кадетского корпуса. 1845–1895 / сост. С. Е. Зверев. — Во-

ронез: Печатня С. П. Яковлева, 1898. — 340 с.

32. Шилов Д. Н. Члены Государственного совета Российской империи. 1801–1906. Биобиблиографический справочник / Д. Н. Шилов, Ю. А. Кузьмин. — СПб.: Изд-во «Дмитрий Буланин», 2007. — 993 с.

33. Российский государственный военно-исторический архив. — Ф. 400. — Оп. 9. — Д. 3262. — Л. 718–723 об.

34. ГАВО. — Ф. 402. — Оп. 2. — Д. 59. — Л. 12 об.

Воронежский государственный университет
Акиншин А. Н., кандидат исторических наук, доцент
кафедры истории России
E-mail: Akinshin55@mail.ru

Voronezh State University
Akinshin A. N., Ph. D. in History, Associate Professor,
Department of Russian History,
E-mail: Akinshin55@mail.ru

СООТНОШЕНИЕ ДИСКУРСИВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ПОВЕСТИ А. ПЛАТОНОВА «КОТЛОВАН»

О. Ю. Алейников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье анализируются дискурсивные тенденции и соотношения, характерные для повести «Котлован», изучаются особенности реализации авторских интенций с учетом динамической транскрипции рукописи произведения. На материале различных редакций повести рассматриваются тенденции, связанные с бюрократическим дискурсом и дискурсом советской пропагандистской печати, реализованным в «официальном языке», искажающем суть социальных и природных явлений. Исследуются аксиологические векторы повествования, в соответствии с которыми опротестовываются трактовки, не обеспеченные реальным жизненным смыслом. Изучаются закономерности, в соответствии с которыми на различных стадиях развития сюжета сопрягаются взаимодействуют и «соперничают» не совпадающие кругозоры, выясняется специфика влияния дискурсивных соотношений на организацию повествовательных структур.

Ключевые слова: авторские интенции, дискурсивные тенденции, повествовательные структуры.

Abstract: the article analyzes the discursive relations typical for the novel “the Pit”, studies the peculiarities of the author’s intentions implementation taking into account the dynamic transcription of the manuscript of the work. On the material of various editions of the story the tendencies connected with the bureaucratic discourse and the discourse of the Soviet propaganda press realized in the “official language” distorting the essence of social and natural phenomena are considered. Examines the axiological vectors of narrative, according to which contested interpretations not backed by real-life sense. The author studies the regularities according to which at different stages of the plot development interact and “compete” not coinciding horizons, it turns out the specifics of the influence of discursive relationships on the organization of narrative structures.

Keywords: author’s intentions, discursive tendencies, narrative structures.

В ранней редакции повести «Котлован» намечены важнейшие дискурсивные тенденции этого произведения. Воцелу, уволенному с завода «вследствие роста слабосильности в нем и задумчивости среди общего [потока] темпа труда» [1, 169], встречается человек, «одетый, как в документ, в старинно-служебную форму». Он «произносил речь об убогости окрестной жизни», «социальной силе прибывших механизмов» («машин для земледелия») но, заметив угрюмые лица, объявил, что слушавшие его крестьяне не понимают «смысла всего существования», поэтому избывают свой век «заочно» [1, 176]. Прозаик дважды называет в рукописи этого персонажа «техническим человеком» и дважды отказывается от найденного эпитета, делая выбор в пользу метафоры «человек в старом документе» [1, 176].

Дискурсивные практики, основанные на недоверии к демагогической риторике, скрытой за «мундиром» или документом, и до начала работы над повестью были реализованы писателем в «Городе Градове», «Епифанских шлюзах», «Сокровенном человеке», «Усомнившемся Макаре». Сверхтекст платоновской прозы убеждает, что техника, облегчаю-

щая труд, и «документ», предписывающий правила поведения и восприятия жизни, для писателя — явления взаимоисключающего порядка. В рукописи «Котлована» отразилась реализация этой антитезы: эпизод с «прибывшими механизмами» для «освобождения трудящихся от тягости пахоты» [1, 176] исключается, предполагаемое ускорение жизни, так называемые «темпы» производства заменяются на «директивы» [1, 182].

В то же время дискурсивные тенденции, связанные с политической риторикой, усиливаются: работникам «фронта культуры» приходится «мучиться» над улучшением «классовой сущности пролетария» (в первоначальном варианте было «человеческой сущности пролетария» [1, 183]). «Старший [по бригаде]» аттестуется как «наиболее активный среди мастеровых» [1, 189]. «Слезла шкура скуки» переделано на «слезла шкура капитализма» [1, 230]. «Скорбь у нас запрещена!» изменено на «скорбь у нас аннулирована!» [1, 235]. Общественно-политическая лексика всё очевиднее сопрягается с бытовой: вместо «чужая вша <...> всегда наружу выползает» в рукопись вносится «чужая вша <...> свою линию всегда наружу держит» [1, 221]; «масса, масса! Трудно из тебя сварить кулеш коммунизма» изменено на «... организовать кулеш

коммунизма» [1, 231], «убедить в неразумности *их* [состояния] [капиталистического состояния]» направлено на «убедить в неразумности огороженного дворового капитализма» [1, 263] и т.п.

Активизация общественно-политического и бюрократического «словника» затрагивает сферу частной жизни, которая, как правило, вытесняется на периферию повествования: «в суеде сплывания масс и организации подсобных радостей для рабочих он не помнил про удовлетворение удовольствиями [личны] личной жизни, худел и спал глубоко по ночам» [1, 190]. Кроме того, показательно, что «осердеченный» почтовый дискурс, игравший структурообразующую роль в «Епифанских шлюзах» и повести «Однажды любившие», в разных редакциях «Котлована» сохранён лишь эпизодически. Инженеру дорог был «момент, когда он наклеивал марку и опускал письмо в ящик, всегда давал ему спокойное счастье, точно он чувствовал чью-то нужду по себе, влекущую его остаться в жизни». С этим посылом, основанным на родственном чувстве, диссонирует заключительная часть высказывания: «и тщательно действовать для общей пользы» [2, 214]. Зависимость от официального языка эпохи демонстрирует Прушевский и в письме Чиклину, защищавшему «производителя работ» от страхов и фобий, приобретенных в годы радикальных социальных перемен: «я боюсь, что полюблю какую-нибудь одну женщину и женюсь, так как не имею общественного значения» [2, 234].

Частный эпистолярный в «Котловане» повсеместно вытесняется дискурсом советской пропагандистской печати. Её перефразированные лозунги и устойчивые выражения профанируют стилистику личных писем, «серьёзность» нарративов о любовных историях, не сложившихся из-за «недостаточных революционных заслуг», «социальных нагрузок», поиска «наибольшей общественной» и «организационной пользы», государственной целесообразности, других «оправдательных» причин: «Сегодня утром Козлов ликвидировал, как чувство, свою любовь к одной средней даме. Она тщетно писала ему письма о своём обожании, он же, преодолевая общественную нагрузку, молчал, заранее отказываясь от конфискации её ласк, потому что искал женщину более благородного, активного типа. Прочитав же в газете о загруженности почты и нечёткости её работы, он решил укрепить этот сектор социалистического строительства путём прекращения дамских писем к себе» [2, 219].

«Бумажка», заполненная Настей печатными буквами и доставленная вместе с письмом адресату, символизирует торжество политической пропаганды над приватным почтовым дискурсом. «Настя писала Чиклину:

“Ликвидируй кулака как класс. Да здравствует Сталин, Козлов и Сафронов! Дядя Чиклин, Сталин только на одну каплю хуже Ленина, а Будённый

на две. Привет бедному колхозу, а кулакам нет”» [2, 234].

Экспансия общественно-политической и бюрократической лексики в речь героев и субъекта повествования, озвучивающего значительную часть событий с позиции, созвучной официальной идеологии, формирует в «Котловане» коммуникативную инстанцию, в соответствии с которой поступки, реакции и чувства персонажей, состояния окружающего их мира комментируются с помощью языка, подменяющего истинный смысл происходящего — увиденное, переживаемое и услышанное — надуманными сравнениями, характеристиками и понятиями: «ты теперь как передовой ангел от рабочего состава, ввиду вознесения его в служебные учреждения» [2, 201], «...приветствовал девочку как элемент будущего» [2, 201], «сторожить политические трупы от зажиточного бесчестия» [2, 225], «акт почитания подкулацких святителей» [2, 241] и др. О гробе, отданном девочке «для игрушек и всякого детского хозяйства», говорится: «пусть она тоже имеет свой красный уголок» [2, 216]. На подмене и грубом совмещении философских и политических понятий основано предположение Сафронова, предпочитавшего «формулировки», навеянные идеологическими штампами и стереотипами: «не есть ли истина лишь классовый враг?» [2, 195]. В ранней редакции путаница в понимании философских категорий напрямую зависела от рода общественных занятий собеседников Вощева. «Профуполномоченный <...> превратил свое лицо из [доброго] простого в серьезное: он не знал — профессия ли смысл жизни, или нет» [1, 182].

Платоновский повествователь, выявляющий и уточняющий специфику коммуникативного поведения героев, и в рукописи, и в основном тексте внимателен к подоплеке высказываний, искажавших вербализацию понятий и жизненных процессов. «Сафронов знал, что социализм — это дело научное, и произносил слова так же логично и научно, давая им для прочности два смысла — основной и запасный, как всякому материалу» [2, 193]. Пытаясь преуспеть в своём стремлении «отдаться» так называемой «наибольшей общественной пользе», Козлов, «просыпаясь, <...> вообще читал в постели книги, и, запомнив формулировки, лозунги, стихи, заветы, всякие слова мудрости, тезисы различных актов, резолюции, строфы песен и прочее, он шел в обход органов и организаций, где его знали и уважали, как активную общественную силу, — и там Козлов пугал и так уже напуганных служащих своей научностью, кругозором и подкованностью» [2, 220].

Дискурс политизированного, «почти научного» языка, искажающего суть социальных и природных явлений, в повести затрагивает разные сферы жизни. Показательна «учёба», проводимая в колхозе имени Генеральной Линии для «организованных» женщин, поверивших в «научность» лексического минимума

новой исторической яви: «Большевик, буржуй, бугор, бессменный председатель, колхоз есть благо бедняка, браво-браво-ленинцы!». В том же эпизоде обнажена цель бездумного повторения «новой азбуки» и «сообщений», зазубренных по указке властей: «из слов обозначаются линии и лозунги» [2, 239].

Порица я искателей истины, герои, навязывающие пропагандистские штампы, претендуют на единственно верную интерпретацию исторических и всеобщих законов: «все равно счастье наступит исторически», — объяснял любые трудности товарищ Пашкин, будто он «почти всё знал или предвидел». «И с покорностью наклонял унылую голову, [в] которой *[не оставалось ничего неизвестного]* *[уже нечего было думать]*» [1, 202]. В колхозе имени Генеральной Линии активист распоряжался «с таким хищным значением», будто «вся всемирная истина, весь смысл жизни помещались только в нём и более нигде» [1, 302]. Сафонов, соединяя «политику» с бытом, уравнивал поиск истины, традиционный для философии самосознания, с попытками листать «ведомости всемирного мёртвого инвентаря», жизнью в «убытке» и «смехотворности» [2, 195].

Трактовки, не обеспеченные реальным жизненным смыслом, во всех редакциях повести опротестовываются повествователем, конкретизирующим многие метафорические выражения. Так, например, упомянутые выше «ведомости всемирного мёртвого инвентаря» в дальнейшем изложении получают следующую интерпретацию: Воцеву «никто не мог прочесть на память *всемирного* устава, события же на поверхности земли его не прельщали <...> Позже он нашел след гробов, увлеченных двумя мужиками за горизонт в свой край согбенных плетней, заросших лопухами. Быть может, там была тишина дворовых теплых мест или стояло на ветру дорог бедняцкое колхозное сиротство с кучей *мертвого инвентаря* посреди» [2, 219. Курсив наш. — О. А.].

Аксиологические установки субъекта повествовательной речи, замечающего истинную «убыточность» происходящего, отличаясь от приведенных выше декларативных суждений и оценок, соответствуют принципиально иной дискурсивной тенденции, реализованной в «Котловане» как альтернатива умозрительным взглядам. Идентификация субъекта высказывания, ориентированного на признание созвучия законов естественной жизни природы и человека, происходит на ранних стадиях формирования текста. Уже в экспозиции повествователь замечает, что от ветра (и «невзгоды») «с тайным стыдом *[подворачивались]* заворачивались» [1, 169] листья одиноко стоящего дерева. Заметное место в рукописи отводится встрече Воцева с «травяной мелочью» и кузнечиками, в своих трудах живущими и поющими уверенно: «зря бы они не *[произносили]* производили звуков» [1, 180]. Независимость повествования от влияния казенных фраз находится здесь в прямой

зависимости от признания героем ценности и «самости» каждого, даже малого обитателя природного мира. Как только от желания «поймать для памяти кузнечика, чтобы разглядеть вблизи это существо, уверенное в своей жизни, и увидеть, почему оно уверено и не мучается» [1, 180], герой переходит к «отлову» поразившего его «самодостаточного» насекомого, в структуре повествования актуализируются обороты речи, характерные для практики служебного делопроизводства: «ему долго пришлось бродить и ползать, охотясь за кузнечиком, пока не удалось *[изолировать]* уединить его посредством шапки» [1, 180. Здесь и далее разрядка наша. — О. А.].

И в основном тексте на различных участках повествования сопрягаются нетождественные кругозоры, взаимодействуют и «соперничают» несовпадающие дискурсивные тенденции. Показательно одно из описаний рабочего дня: «Солнце уже высоко взошло, и давно настал момент труда. Поэтому Чиклин и Прушевский спешно пошли на котлован по земляным, немощёным улицам, осыпанным листьями, под которыми были укрыты и согревались семена будущего лета» [2, 212]. В приведенном примере нейтральное повествование «уточняется» языком, подверженным воздействию казенных штампов («настал момент труда»), но затем переходит к субъекту речи, воссоздающему неотменяемые законы природы: «были укрыты и согревались семена будущего лета». Проявленное в тексте натурфилософское измерение событий позволяет различать в сиюминутном вечное, увидеть большие возможности слова, ориентированного на воссоздание внутренней самости жизни.

На глубинную связь человечества с «братьями меньшими» указывают описания обитателей природного мира, озвученные по-разному в зависимости от аксиологических установок субъектов повествования. Мотивы непосильной «потной работы», сокращающей сроки существования человека и небесных тружениц — ласточек, акцентированы в описании землекопов, углубляющих котлован: «Ещё высоко было солнце, и жалобно пели птицы в освещенном воздухе, не торжествуя, а ища пищи в пространстве; ласточки низко мчались над склоненными роющими людьми, они смолкали крыльями от усталости, и под пухом и перьями был пот нужды — они летали с самой зари, не переставая мучить себя для сытости птенцов и подруг» [2, 182]. Не противоречит сказанному напоминание о символическом и печальном открытии Воцева: ощипав однажды умершую в полете ласточку, искатель истины обнаружил, что держит в руках «скудное печальное существо, погибшее от утомления своего труда» [2, 182].

Иначе построено описание птиц, собравшихся улететь на юг из деревни, подлежащей сплошной коллективизации. «На том месте собрались грачи для отлета в теплую даль, хотя время их расставания

со здешней землей ещё не наступило; но, наверное, грачи пожелали отбыть заблаговременно, дабы пережить в солнечном районе организационную колхозную осень и возвратиться потом к всеобщему учрежденному затишью» [2, 226]. В приведенном примере вновь сопрягаются несовпадающие кругозоры. Сообщение повествователя, рассказывающего о необычном поведении обитателей природного мира, «перехватывается» субъектом сознания и речи, понимающим связь происходящего с событиями из мира людей, но дающим всему объяснение на языке, принятом в казенном документообороте: «отбыть заблаговременно», «дабы пережить», «в солнечном районе», «организационную колхозную осень», «к учрежденному затишью».

Соотношение дискурсивных тенденций, выявляющее ограничение слова, скованного официальными стандартами и стереотипами, акцентировано в нарративе о герое, решившем на время отстраниться от событий, происходящих в котловане. «Вощев тихим шагом скрылся в поле и там прилёг полежать, не видимый никем, довольный, что он больше не участник безумных обстоятельств» [2, 218]. Затем следует развернутое «уточнение», явно тенденциозное из-за активизации голоса «всезнающего» субъекта повествования, исходящего в своих оценках из разъяснительно-пропагандистской логики: «Вощев пошёл туда походкой механического человека, не сознавая, что лишь слабость культурной работы на котловане заставляет его не жалеть о строительстве будущего дома» [2, 219]. Однако далее — в соответствии с актуализацией более разборчивого внимания к происходящему в мире природы, — сообщается о «нагретом облаке тужащейся жизни, потеющей в труде своего роста» [2, 219], «терпеливом» и «усталом» существовании жизни, бредущей в неизвестность. Риторика, чуждая мыслям и побуждениям героя, вытесняется описанием, вырастающим из философского взгляда на мир: «Он осмотрелся вокруг — всюду над пространством стоял пар живого дыхания, создавая сонную, душную незримость; устало длилось терпенье на свете, точно все живущее находилось где-то посредине времени и своего движения: начало его всеми забыто и конец неизвестен, осталось лишь направление во все стороны. И Вощев скрылся в одну открытую дорогу» [2, 219].

Глубинную связь между социальным и природным мирами, не всегда поддающуюся вербализации (в условиях активизации официального языка), в «Котловане различают герои, ждущие «издали по влажному воздуху какого-либо звука, чтобы услышать утешение в таком трудном пространстве» [2, 232]. Елисей «постоянно прислушивался ко всяким звукам, исходящим из масс или природы, потому что ему никто не говорил слов и не давал понятия, так что приходилось слушать даже отдалённое звучание» [2, 226].

Ожиданиям «истинного» слова, необходимого людям, дезориентированным в мире искаженных и подмененных ценностей, явно не отвечает агитационно-пропагандистский дискурс. В процессе работы над рукописью А. Платонов тщательно выверяет радиообращения по «трубе», установленной в жилище землекопов. После призыва «обрезать хвосты и гривы у лошадей», «мобилизовать крапиву на фронт социалистического строительства!» [1, 229] и других устных «директив», переживаемых Жачевым и Вощевым как «личный позор» [1, 229], писатель не сразу решает, каким будет последнее наставление устроителя, наполняющего «звуками пустую тоску в голове» [1, 230]. Первоначальные варианты «каждый трудящийся должен *[следить за накоплением]* ут, *[иметь тревогу в сердце, пока со]* ибо социализма ещё нет, а он» заменяются на «помочь скоплению снега на коллективных полях» [1, 230]. После этого сообщения радио перестаёт работать. И рассказчик, обходясь без штампов официально-делового стиля, лукаво уточняет, что в этот момент «лопнула сила науки, дотоле равнодушно мчавшая по природе всем необходимые слова» [1, 230]. В другом эпизоде представлены сходные смысловые акценты: радиорупор, на колхозном торжестве переключившийся с музыки на призыв заготавливать «ивовое корье!..» и тут же замолчавший, не может отремонтировать прежде справлявшийся с этой работой инженер Прушевский, терзаемый сомнениями: «предоставит ли радио бедноте утешение и прозвучит ли для него самого откуда-нибудь милый голос» [2, 258].

«Необходимые слова», врачующие души, мелиоративная и научно-техническая информация, не утрачивавшая актуальности для А. Платонова в период работы над «Котлованом», выводятся из зоны действия несуразной пропаганды. Показательно, что в эпизоде, где «социалист Сафронов» своими речами, напоминающими о пародии [3, 214], пытается «замещать» замолчавший радиорупор, акцентирована несовместимость языка науки с политической демагогией: «Поставим вопрос: откуда взялся русский народ? И ответим: из буржуазной мелочи! Он бы и еще откуда-нибудь родился, да больше места не было. А потому мы должны бросить каждого в рассол социализма, чтоб с него *[сползла]* слезла шкура *[скуки]* капитализма и сердце обратило внимание на жар жизни вокруг костра классовой борьбы и произошел бы энтузиазм!» [1, 230].

Альтернативой пропагандистским — речевым и организационным — «достижениям» во всех редакциях повести являются душевная смута, сомнения героев. И Сафронов задается вопросом: «Неужели внутри всего света тоска, а только в нас одних пятилетний план?» [2, 194], но этого вопроса недостаточно.

Для понимания философии «существования», его устойчивых и преходящих величин важна «память сердца», актуализирующая значение для современ-

ности ценностей ушедшей жизни. Их значение для индивидуального сознания выявляется на встрече мало чем омраченного прошлого с удручающим настоящим. Виды «деревни во ржи», успокаивающая даль, похожая на бесконечность от «слияния неба с землею в конце равнины», мельница, перемалывающая «насущенный мирный хлеб» [2, 213], не отпускают мужика, прибывшего к бараку землекопов из-за проводимой коллективизации. Воцрев смотрит на Настю так, «как в детстве он глядел на ангела на церковной стене», и верит, что «это слабое тело, покинутое без родства среди людей, почувствует когда-нибудь согревающий поток смысла жизни, и ум ее увидит время, подобное первому исконному дню» [2, 214]. Инженер Прушевский, страдающий от неприкаянности, «в стороне от города и дороги» замечает, что «день был мутный, неопределенный, будто время не продолжалось дальше — в такие дни дремлют растения и животные, а люди поминают родителей» [2, 215].

С речью повествователя, внимательного к символам и обрядам, сбереженным в памяти героев, контрастируют высказывания, возвращающие читателя в ущербную современность. Так, например, слова Чиклина «скучно тебе?», обращенные к «павшему товарищу», обрываются итоговым «наблюдением», маркированным канцеляризмами: «Козлов продолжал лежать умолкшим образом, будучи убитым» [2, 215]. Плач крестьянок, ждущих от коллективизации общей непоправимой беды, сравнивается с агитацией: «женщина — не то старая девка, не то вдовуха — <...> бежала по улице и голосила таким агитирующим, монашьям голосом, что Чиклину захотелось в неё стрелять» [2, 245]. Духовное родство и единство, последнее целование, столь значимые для обреченных на смерть людей, сельский активист трактует как приобретенную «сознательность»: «Значит, отозвалась массовая работа актива! Вот она, чёткая линия в будущий свет!» [2, 248]. С описанием последнего дня Насти, попросившей принести ей останки умершей матери, соединяются уточнения, поясняющие «забывчивость» всех, кто, проходя мимо выстуженного барака, не находил времени провести тяжело больного ребенка: «каждый нагнул голову и непрерывно думал о сплошной коллективизации», «кругом непрерывно нагнеталась общественная польза» [2, 277].

Противоестественность риторик, навязывающих новую аксиологию, акцентируют параллели с миром природы, выявляющие недостаточность духовных связей в социуме. В ранней редакции Козлов называет боли в сердце «крысой», чтобы направить «заявление в охрану труда». И рецепт председателя окрпрофсовета, упреждающий это обращение, подобен лозунгу: «организуем кружок осовавиахима и травите любую тварь — практикуйтесь против буржуазии на мелочи!..» [1, 202].

«Комариная мелочь и болезни» для товарища Пашкина находятся в одном ряду с «размышляющими кулаками» и «спящей сельской отсталостью» [1, 202]. Эти примеры не вошли в основной текст повести «Котлован», но сохранена и усилена общая дискурсивная тенденция, состоящая в перенесении казенной политизированной риторики на природный мир: «Дезорганизация!» — обвиняет активист «остужающий ветер природы» [2, 235]. «Неужели птица — подкулачница?» [2, 229], — задаются вопросом «подручные авангарда», обученные во всем искать признаки и категории «классовой борьбы». Организатор местной колхозной яви убежден, что «в руках стихийного единоличника и козёл есть рычаг капитализма» [2, 235]. Категории большевистской политической доктрины передаются Насте, в ходе раскулачивания посчитавшей, что медведь-молотобоец и другие «эксплуатируемые» «животные тоже есть рабочий класс» [2, 252]. Следуя официальному курсу, девочка без всякой жалости поступает с «миroeдами», доступными её детскому разуму: «Настя задушила в руке жирную кулацкую муху» [2, 252].

Соотношение дискурсивных тенденций в повести подчиняется общему правилу: чем значительнее деформируется естественный порядок социальной жизни, тем разительнее изменения в привычном поведении животных. Раньше срока улетают в теплые края грачи, чтобы пережить там «организационную колхозную осень» [2, 226]. «Обобщественные» лошади «сплоченной массой» идут на водопой, не опуская голов к растущей пище на земле, пьют «в норму», переносят на общественный двор «посильную долю» сена. Спокойствие скота, организованного и сплоченного, удивляет и пугает Вощева. Ему мерещится, что «все лошади с точностью убедились в колхозном смысле жизни, а он один живет и мучается хуже лошади» [2, 236]. Растревоженные мухи, расплодившись на никому не нужной убоине, летают по деревне «целыми тучами, перемежаясь с несущимся снегом» [2, 252]. Деятельное участие в ликвидации кулачества принимает медведь, долгие годы трудившийся «даром на имущих дворах», но ставший «молотобойцем в колхозной кузне» и зачисленный в «самые угнетенные батраки» [2, 249]. Нельзя не признать, что его поведение в сценах раскулачивания — буквальная реализация политической метафоры «классовое чутье». Активист, в свою очередь, «чует» «классы, как животное» [2, 255]. «Вочеловечивание» зверя и уподобление человека животному определяются сходными причинами — распределением между ними ролей, противоестественных и для природы, и для социума. Поучаствовав в раскулачивании, медведь, прежде покорный кузнецу, начинает «крушить железо, как врага жизни», вызывая красноречивые нарекания колхозников: «Наказание господне... А тронуть его нельзя — скажут, бедняк, пролетариат, индустриализация!..» [2, 266]. Эти опасения укрепляет при-

крепленный к плетню пропагандистский «возглас, нарисованный по флагу: “За партию, за верность ей, за ударный труд, пробивающий пролетариату двери в будущее”» [2, 265]. Одержимый «лингвистической манией», «восприимчивый к языку директив» и пропагандистских метафор [4, 111], медведь пытается реализовать их буквально. И вновь Вощеву, внимательному к поведению животных, становится не по себе: «зверь так трудится, а он стоит на покое и не пробивается в дверь будущего: может быть, там действительно что-нибудь есть» [2, 266].

По мере развития действия дискурс официального языка стремится распространить свое влияние не только на природу, но и на вселенную, переписать по-новому привычный космогонический порядок. На ранней стадии сюжета вселенная настраивала на поиск истины, «вопрошающее небо» притягивало к себе «мучительной силой звезд» [2, 171], «вдалеке, на весу и без спасения, светила неясная звезда <...> Прушевский глядел на нее сквозь мутный воздух, время шло, и он сомневался» [2, 184]. На более позднем этапе действия привычная космогония «советизируется» в соответствии с бюрократическими порядками. Прушевского совсем не радует «завоевание звезд», даже «самых далеких», «где в недрах те же медные руды и нужен будет тот же ВСНХ» [2, 268]. На пути в места «сплошной коллективизации» Вощев видит в ночи «звездное собрание, <...> мертвую муть Млечного Пути», не исключает, что на небосводе «будет вынесена резолюция о прекращении вечности времени, об искуплении томительности жизни», но засыпает, «не надеясь» [2, 223]. В рукописном варианте мысли героя о жизни вселенной, подверженной бюрократическим порядкам, были выражены с ещё большим пессимизмом и неопределенностью: «безысходное заседание», «какая-либо резолюция» [1, 246] и т.п.

«Походу на тайны» вселенной, о которых грезили герои ранних произведений А. Платонова, в «Котловане» мешает реальность, «удостоверенная» казенным языком. Логике надуманных сравнений и подмен соответствуют разъяснения сельского активиста о том, что слёзы крестьянки с «неимущего» подворья, оставшегося без обобществленной лошади и умирающего хозяина, вызваны «солнцем новой жизни»: оно «взошло, и свет режет <...> тёмные глаза» [2, 237]. Пропагандистским задачам служит «похоронное шествие», назначенное, чтобы «почувствовать торжественность смерти во время развивающегося светлого момента обобществления имущества» [2, 231]. В ответ на «вечернюю желтую зарю, похожую на свет погребения», активист объявляет «звездный поход колхозных пешеходов в окрестные, жмущиеся к единоличию деревни» [2, 232], так как исходит из умозрительного посыла о том, что небесные светила являются частью новой колхозной яви. Однако в речи повествователя «колхоз», «тьма» и «мрак» по-

следовательно сопрягаются: «Через тьму колхозной ночи Чиклин дошел до пустынной залы сельсовета» [2, 225], «текущее время тихо шло в полночном мраке колхоза» [2, 225], Вощев опасался, что «будет один смотреть глазами во мрак над колхозом» [2, 232]. Картину обобществленного «предбанника» будущего дополняют «неясная луна» [2, 257], «печальность замершего света» [2, 258] — эта нерадостная атрибутика сопровождает торжества, организованные по поводу ликвидации «вдаль кулаков».

Природные стихии, как и небесные светила, передающие умонастроения героев, не остаются безучастными к низложению и бесславной гибели сельского метелиста. В деревне внезапно «поднялась снежная метель, хотя бури было не слышно» [2, 273]. И, внимая стихии, жители деревни принимают заметать чистым снегом засиженную мухами колхозную территорию, делая это «для гигиены» [2, 273] души, а не земли (над её «снежной чистотой» и прежде «раздавались удары молотобойца» [2, 264]). На новой стадии развития сюжета в поле зрения повествователя оказывается «бледное солнце» [2, 273], высоко стоящее над «округом», а не ночная тьма (ночь возвращается с описанием последних часов пребывания Насти на свете).

Официальный язык, ранее предрекавший «наступление коммунизма в сельском хозяйстве» [2, 241–242], претендовавший на политизацию приватной жизни, природы и всего мироздания, теряя прежнюю интенсивность, все отчетливее вовлекается в полемический контекст. «Пускай печку ставит, а то в этом деревянном эшелоне до социализма не доедешь!..» [2, 278]. «Вощев стоял в недоумении над <...> утихим ребенком — он уже не знал: где же теперь будет коммунизм на свете, если его нет сначала в детском чувстве и в убежденном впечатлении?» [2, 280]. «Я теперь в коммунизм не верю! — ответил Жачев в это утро второго дня» [2, 280].

Созвучия с ветхозаветной стилистикой, образами и структурой притчи, не раз отмечавшиеся в научной критической литературе, в повести сопровождаются новозаветными аллюзиями [5, 426]. Смерть Насти, перевернувшая сознание героев, даже Чиклина, полагавшего прежде, что «Христос ходил один неизвестно из-за чего» [2, 235], заставляет наконец-то заметить: «все бедные и средние мужики работали с таким усердием жизни, будто хотели спастись навеки в пропасти котлована» [2, 280]. В структуре повествования «утро второго дня» соотносится с «исконным первым днем», в который героям остаётся верить как в будущее воскресение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Платонов А. Котлован. Текст. Материалы творческой истории / А. Платонов. — СПб., 2000. — 379 с.
2. Платонов А. «Взыскание погибших» / А. Платонов. — М., 1995. — 672 с.

3. Скобелев В. П. Поэтика пародирования в повести А. Платонова «Котлован» / В. П. Скобелев // Андрей Платонов. Исследования и материалы. — Воронеж, 1993. — С. 61–71.

4. Epelboin A. Le poil et la fourrure: Autour du personnage

de l'ours dans La fouille de Platonov // Cahiers du Monde russe et soviétique, XXXIII (I), — 1992. — P. 110–112.

5. Вьюгин В. И. Андрей Платонов: поэтика загадки (Очерк становления и эволюции стиля) / В. И. Вьюгин. — СПб., 2004. — 440 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*

ВАЛЕРИЙ ПАВЛОВИЧ СОМОВ И ЕГО КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ СЛОВАРИ

К. М. Герасимова

Российский университет дружбы народов

Поступила в редакцию 23 января 2019 г.

Аннотация: предмет данного исследования — словари В. П. Сомова (1941–2003) «По-латыни между прочим. Словарь латинских выражений», «Поэтические иносказания Пушкина», «Словарь редких и забытых слов». Цель исследования — доказать, что это были первые (не учебные) культурологические словари, появившиеся в начале 90-х годов XX века.

Ключевые слова: латинская фраза, поэтические иносказания, глоссарий, глоссы, лингвистическая и культурная компетенция, историко-культурная значимость, культурологический подход.

Abstract: the subject of our study is dictionaries of Valery P Pavlovich Somov (1941–2003) “Latin by the way. Dictionary of Latin expressions”, “Pushkin’s poetic allegories”, “Dictionary of rare and forgotten words”. The purpose of the study is to prove that these were the first (non-educational) cultural studies oriented dictionaries, which appeared in the early 1990s of the XX century.

Keywords: Latin phrase, poetic allegories, glossary, glosses, linguistic and cultural competence, historical and cultural significance, cultural approach.

С 1992 года по 2002 год в московских издательствах вышли в свет культурологические словари: «По-латыни между прочим. Словарь латинских выражений» [1], «Поэтические иносказания Пушкина» [2], «Словарь редких и забытых слов» [3]. Автор словарей — Валерий Павлович Сомов (1941–2003), литературовед, лексикограф. В 2015 году был издан словарь «Поэтическая география: историческая, мифологическая, библейская и литературно-сказочная. Культурологический словарь» [4], который Валерий Павлович не успел закончить, но стараниями близких был завершен и опубликован.

По замыслу автора, все словари были адресованы, прежде всего, неискушенному читателю с целью — привить любовь к русскому языку, пробудить желание постигать неизведанное. Первый словарь «По-латыни между прочим. Словарь латинских выражений» вышел в свет в то время, когда, по словам Валерия Павловича Сомова, судьба «латинской фразы» вряд ли кому-нибудь была интересна. Однако у автора словаря «с приходом совсем иных времен» [1, 7] родилась надежда на возрождение интереса к латинскому языку и латинской фразе у современного читателя, и он рискнул воплотить свою надежду. Его надежда оправдалась: словарь выдержал ни одно переиздание и неизменно пользуется большой популярностью у массового читателя.

Что же такое этот словарь «По-латыни между прочим»? Словарь предваряет сокращение L.b.s. (*Lectori benevolo salutem*) — «Привет благосклонному читателю». В своеобразном предисловии к словарю дается объяснение, что представляет собой это тво-

рение, т.е. каково его содержание. Вопросы: Quis? Quid? Ubi? Quibus Auxiliis? Cur? Quomodo? Quando? — это схема, известная в риторике. Ответы задает сам автор, и он же отвечает на поставленные вопросы. И те, и другие раскрывают перед читателем глубину замысла словаря. Собственно говоря, «По-латыни между прочим» — это не просто справочник, содержащий около 1000 словарных статей, это книга, само содержание которой свидетельствует о намерении автора расширить лингвистическую и культурную компетенции читателя: «Usus est magister optimus» («Опыт — лучший учитель»).

Будучи по своей натуре просветителем, В. П. Сомов преследовал вполне определенную цель: пробудить стремление «юного поколения» к возрождению лучших традиций русского общества. В связи с поставленной задачей В. П. Сомов в весьма доступной и увлекательной форме в разделе «Ad memorandum» говорит о словарной статье: латинские выражения расположены по алфавиту; они снабжены либо цитатами с указанием на автора высказывания, либо без цитаты, но с указанием имени, например, «Quousque tandem!» — «До каких же, наконец, пор!». Начальные слова речи Цицерона против Катилины: «До каких же, наконец, пор, Катилина, ты будешь злоупотреблять нашим терпением!»; «Abeunt studia in mores» — «Занятия налагают отпечаток на характер» (из Овидия).

Обратившись к той или иной статье словаря, читатель узнает не только как переводится латинская фраза, не только источник высказывания, но и получает самые разнообразные сведения, обычно не присутствующие в двуязычных словарях. На наш взгляд, словарь «По-латыни между прочим» выделяется на фоне имеющихся двуязычных словарей и по сю-

пору не имеет аналога в русской лексикографии. Не случайно в 2009 году издательство «АСТ-Пресс» переиздало книгу в серии «Словари для интеллектуальных гурманов» в рамках программы «Словари XXI века».

Такие разделы словаря, как «Источники и авторы крылатых слов», «Латинская фраза у русских писателей», «Двойной наряд латинского слова: то латиница, то кириллица», «Словарь латинских сокращений», «Алфавитный указатель русских переводов», «Римские цифры», текст «GAUDEAMUS IGITUR», кроме того, иллюстрации, носящие юмористический характер, призваны расширить представление читателя о славном прошлом Древнего Рима и о жизни латинской фразы в русском языке и культуре. Словарь В. П. Сомова «По-латыни между прочим» — это, на наш взгляд, первый словарь начала 1990-х, выполняющий культурологическую задачу.

Известно, в жизни каждого человека и общества существует понятие «культура», но нельзя не упомянуть о существовании большого количества определений этого явления. В самых различных гуманитарных науках, будь то антропология или лингвистика, психология или лексикография существует свое определение, и мы не можем утверждать: правы антропологи, а не лингвисты, психологи, а не лексикографы, поскольку в самом явлении «культура» есть нечто, что с большим трудом поддается осмыслению. Несомненно, В. П. Сомов не ставил перед собой задачу дать определение понятию «культура», но он прекрасно понимал необходимость и важность расширения культурных знаний читателей, стремился дать им возможность понять и осмыслить существенные черты той или иной культуры, сходство и различия культур, выявить роль культуры в жизни человека и общества.

Андрей Яковлевич Флиер высказался весьма интересно о том, что же такое культура: «Культура представляет собой более или менее случайное сочетание акций взаимодействия и коммуникации одних людей с другими, /.../, творческих актов отображения различных социальных коллизий и наблюдаемых состояний природы в образах искусства и литературы, мифологии и религии, фольклора и т.п., процессов словообразования и словарных заимствований в языке и пр.» [5].

Это определение понятия «культуры», как нам кажется, созвучно представлениям В. П. Сомова о том, что же такое культура, какова ее роль в жизни человека. В 1999 году вышел в свет словарь «Поэтические иносказания Пушкина». Илья Львович Фейнберг писал: «...одно стихотворение своей выпуклостью и психологической точностью заслоняет все мемуары» [6, 274–275]. Это высказывание пушкиниста в известной степени подвигло В. П. Сомова обратиться к расшифровке иносказаний поэта, и тем самым представить перед любознательным читателем «широкую панора-

му исторических, мифологических и литературных сюжетов, послуживших основой для пушкинской иносказательной манеры письма» [2, 3].

Как и словарь «По-латыни между прочим», автор предваряет свою книгу предисловием «К сведению читателя»: «В античной мифологии существует персонаж — кентавр (получеловек-полуконь). И эта книга — нечто вроде кентавра. По форме — справочник, по сути же — книга для занимательного чтения» [2, 3]. Этими словами автор снимает всевозможные упреки в свой адрес, поскольку *et dot, ut expressio*.

В книге наличествуют два основных раздела: «Словарь поэтических выражений» и «Словарь имен-символов», которые связаны между собой: в первом — даны словарные статьи, состоящие из заголовочного выражения, цитаты (стихотворной), сведения о лицах, событиях в иносказательной форме; во втором — справки о выдающихся деятелях европейской культуры, имена которых имеются в поэтических выражениях.

«Поэтические иносказания Пушкина» — это не только словарь, в котором представлены «гадательные эмблемы» А. С. Пушкина. Собственно словарные статьи предваряет, хотя и небольшая, но весьма существенная статья «Гадательные эмблемы пушкинской поэзии». В ней автор повествует о судьбе иносказаний в русской поэзии екатерининской эпохи, когда оно было «приметой поэтической речи не только у классицистов, но и сентименталистов, предромантиков, романтиков» [2, 5]. А. С. Пушкин, по словам В. П. Сомова, был противником «вялой метафоричности», однако и в его поэзии присутствует большое количество иносказаний, которые стали предметом исследования и представлены в словаре. Словарь «Поэтические иносказания Пушкина», по замыслу автора, должен пробудить у читателя «неистребимое» желание понять, что скрывается за «поэтической строкой», и, следовательно, не только расширить его культурную и лингвистическую компетентность, но и вовлечь его в увлекательнейшее занятие творческого поиска. Сегодня поэтические иносказания Пушкина, несомненно, абсолютная загадка для неискушенного читателя. Обратимся к строкам из романа «Евгений Онегин»:

В седьмом часу вставал он летом
И отправлялся налегке
К бегущей под горой реке;
Певцу Гюльнary подражая,
Сей Геллеспонт переплывал,
Потом свой кофе выпивал... («Евгений Онегин», гл. 4, строфа XXXVI)

Кто же скрывается за перифразой **Певец Гюльнary**? Как известно, роман «Евгений Онегин» обязательно изучается в школе, но мы отнюдь не уверены в том, что учителя-литераторы могут объяснить это словосочетание:

Певец Гюльнары — Джордж Гордон Байрон (1788–1824), автор поэмы «Корсар», одну из героинь которой звали Гюльнар.

Словарь «Поэтические иносказания Пушкина» также снабжен большим справочным аппаратом: «Алфавитный указатель поэтических выражений», «Алфавитный указатель имен-символов», «Список цитируемых произведений А. С. Пушкина с указанием заголовочных выражений». В. П. Сомов, исследователем и просветителем, создал словарь, учитывающий потребности самых разных читателей.

Значение любого слова, как нам кажется, мы можем узнать, обратившись к словарям, но оказывается, что найти ответ на вопрос, что значит: «**повалуша**», «**ухоботье**», «**муху урезать**», «**совлечь с себя ветхого человека**», «**шибай**» и т.п. достаточно проблематично. Однако появившийся в 2001 году «Словарь редких и забытых слов» открыл перед читателем мир слов, которым, как писал В. П. Сомов, «несть числа /.../ имя им «гlossа» [3, 3]. Литературные источники словаря — это произведения русских писателей XVIII–XX веков, и автор называет свою книгу *гlossарий*. Словарная статья необычна для лингвистических словарей: слова даны в алфавитном порядке, но имеющаяся в словосочетании гlossа ставится на первое место, например, «**Передержку задавать**» — Задавать трепку. *Николай Гоголь*: «Или переколачивали его сапогами, или же **задавали передержку** его густым и очень хорошим бакенбардам» («Мертвые души»). Такое построение статьи, по мысли автора гlossария, дает возможность читателю, прежде всего, увидеть забытое слово, затем его значение, наконец, какой писатель или поэт его использовал. «Словарь редких и забытых слов» также снабжен справочным аппаратом: «Список цитируемых авторов»; таблица «Чины в дореволюционной России»; «Старая русская система мер», которые служат все той же цели — развитию лингвистической и культурной компетенции читателя. Словари В. П. Сомова «По-латыни между прочим», «Поэтические иносказания Пушкина», «Словарь редких и забытых слов» ценны не только для российского читателя, но и для

зарубежных специалистов, занимающихся изучением русской литературы, быта и языка XVIII–XX вв.

Ценность представленных нами словарей Валерия Павловича Сомова состоит и в том, что он первый из филологов посягнул на устойчивую форму имеющихся в обращении лингвистических словарей. Непринужденная манера доверительного разговора с читателем, стремление раскрыть перед его взором увлекательный мир слов и вовлечь его в раскрытие тайн слова — несомненно, достоинство представленных словарей, а их автор, В. П. Сомов, предстает не только как эрудит, но и как лексикограф, искренне заинтересованный в сохранении культурного наследия прошлого.

Следуя за высказыванием Бориса Владимировича Тарева: «Любой словарь имеет культурологическую ценность [7, 393], мы полагаем, что словари В. П. Сомова, несомненно, можно отнести к культурологическим словарям, а самого автора — к категории филологов-просветителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сомов В. П. По-латыни между прочим. Словарь латинских выражений / В. П. Сомов. — М.: ГИТИС, 1992. — 230 с.
2. Сомов В. П. Поэтические иносказания Пушкина / В. П. Сомов. — М.: Паритет, 1999. — 382 с.
3. Сомов В. П. Словарь редких и забытых слов / В. П. Сомов. — М.: Астрель: АСТ, 2001. — 605 с.
4. Сомов В. П. Поэтическая география: историческая, мифологическая, библейская и литературно-сказочная. Культурологический словарь / В. П. Сомов. — М.: Б.С.Г.-Пресс, 2015. — 414 с.
5. Флиер А. Я. Культура как предмет научного познания / А. Я. Флиер. — Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2016/2/Flier_Culture-Scientific-Cognition/ (Дата обращения — 22.01.2019).
6. Фейнберг И. Л. Незавершенные работы Пушкина / И. Л. Фейнберг. — М.: Советский писатель, 1969. — 431 с.
7. Тарев Б. В. Лингвокультурологический словарь как отражение диалога культур / Б. В. Тарев // Функциональная лингвистика. 2013. № 5. — С. 393–396.

Российский университет дружбы народов

Герасимова К. М., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка № 3 факультета русского языка и общеобразовательных дисциплин

E-mail: xeniagerasimova@gmail.com

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN)

Gerasimova K. M., Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Russian Language № 3 of the Faculty of Russian Language, General Educational Disciplines

E-mail: xeniagerasimova@gmail.com

К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ В НАУЧНОЙ РЕЧИ СИНТАКСИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ INF ADV.₀

А. В. Дегальцева

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

Поступила в редакцию 20 ноября 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности функционирования предложений, построенных по модели Inf Adv.₀. Позицию инфинитива в таких предложениях чаще всего занимают слова, называющие различные ментальные действия. В роли предикативного наречия обычно выступают лексемы со значением интеллектуального состояния субъекта, который, как правило, эксплицитно не выражен. Исследование проводится на материале современной научной речи.

Ключевые слова: синтаксис, наречие, инфинитив, Inf Adv.₀, научная речь.

Abstract: the article discusses the features of functioning of the sentences of the syntactic model Inf Adv.₀. In such sentences the position of the infinitive is most often occupied by words expressing different mental actions. The role of a predicative adverb usually play lexemes with the meaning of intellectual state of the subject, which, as a rule, is not explicitly expressed. The research is conducted on the material of the modern scientific speech.

Keywords: syntax, adverb, infinitive, Inf Adv.₀, scientific speech.

Интерес к изучению языка науки наиболее ярко проявился в отечественной лингвистике в 60–80-х гг. XX в. на фоне исследований по функциональной стилистике и не ослабевает до сих пор [1–5 и др.]. Характерными особенностями научной речи являются логичность, абстрактность, точность, ясность, объективность, некатегоричность изложения, а также логизированная оценочность [1; 3]. Синтаксический строй научного текста отличается деагентивностью, преобладанием обобщённо-личных и безличных предложений, пассивных конструкций [1–4].

В данной работе с позиций формального и семантического синтаксиса будут рассмотрены особенности функционирования в научной речи одной синтаксической модели — Inf Adv.₀. Эта модель не слишком широко представлена в данной сфере коммуникации: по ней строится лишь около 4% предложений. Кроме того, проблема функционирования данной структурной схемы в современной научной литературе освещена слабо и обычно рассматривается не самостоятельно, а наряду с другими моделями [6; 7]. Этим и обусловлен наш интерес к изучению предложений модели Inf Adv.₀. Исследование проводится на материале современных научных статей и монографий, текстов докладов, диссертаций и авторефератов. Общий объём проанализированного материала составляет 5000 предикативных единиц.

В синтаксической модели Inf Adv.₀ инфинитив выступает в роли подлежащего, а наречие с квалифи-

цирующим или качественно-характеризующим значением — в роли сказуемого [8]. Структурная схема передаёт «отношение между отвлеченно представленным действием или процессуальным состоянием и его предикативным признаком — качественной квалификацией» [8, 317]. При прямом порядке слов инфинитив предшествует наречию, но во многих случаях «нормальна и высокочастотна также позиция инфинитива после наречия» [8, 316]. При инверсии экспрессивный характер фразы утрачивается, «если глагол обозначает восприятие, мысль или эмоциональное состояние» [8, 318].

Согласно проведённому исследованию, в 96% анализируемых предложений позицию инфинитива занимают синтаксемы, называющие ментальные действия и состояния, что объясняется тематикой научной коммуникации: *Трудно однозначно согласиться с этим определением О. К. Грековой* [9, 541]. В данной синтаксической функции также могут выступать глаголы физического воздействия на объект (преимущественно в научно-технических текстах) и глаголы социального действия, актуальные для общественных наук: *Для деталей из алюминиевых сплавов целесообразно применять способ восстановления нанесением гальванопокрытий* [10, 5]; *Таким образом, участвовать в процессе защиты окружающей среды общественности трудно* [11, 209].

В большинстве случаев наречия, входящие в модель Inf Adv.₀, содержат в своей семантической структуре оценочный компонент. Кратко рассмотрим семантические типы таких наречий в их соотношении

с семантикой инфинитива.

Около 42% наречий в модели Inf Adv_o называют интеллектуальное состояние субъекта: *Интересно проследить изменение значения розы у древних римлян* [12, 5]. Примерно 17% наречий в предикативной функции используется, чтобы подчеркнуть значимость для адресанта каких-либо интеллектуальных действий: *Важно учитывать и сопоставительный материал* [9, 19].

Другие типы оценок представлены в проанализированном материале незначительно. Так, 10% адвербиальных единиц употребляется для выражения телеологической оценки социальных или ментальных действий: *Насколько же целесообразно производить использовать более высокие цены <...>? [13, 129]; Но тогда нелогично разводить понятия «действие» и «состояние»* [9, 107]. С целью нормативной оценки ментальных действий используется 7% наречий данной модели: *<...> их неверно отождествлять со средним классом* [14, 15]. Подобные оценки встречаются в дискурсах самых разных отраслей научного знания. Только 5% наречий служит для утилитарной оценки социальных или физических действий. Обычно они употребляются в социально-гуманитарном дискурсе: *Такой сетевой компании выгодно заключать договор аренды* [15, 46].

На адвербиальные лексемы, содержащие в своей семантической структуре этические оценки, приходится лишь около 2%, так как оценивание моральных действий не является объективным и актуальным для большинства наук: *В такой ситуации «быть моральным» — аморально* [16, 170]. Наконец, общеоценочные наречия составляют менее 2%. Они не характерны для научного дискурса в силу диффузности и максимальной обобщённости значений. Если такие наречия и употребляются учёными, то обычно используются для выражения советов или рекомендаций: *Этот вопрос хорошо было бы рассмотреть в широком контексте* [14, 12].

Итак, в современной научной речи в предложениях, построенных по модели Inf Adv_o, инфинитив обычно называет ментальные действия или состояния, а предикативное наречие выражает интеллектуальное состояние субъекта (как правило, эксплицитно не выраженного) или даёт оценку его действиям. Таким образом, семантика компонентов структурной схемы во многом определяется тематикой научной коммуникации. В большинстве случаев реализации данной модели наблюдается постпозиция инфинитива.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева А. Н. Курс лекций по стилистике русского языка. Научный стиль речи / А. Н. Васильева. — М.: Русский язык, 1976. — 192 с.
2. Кожина М. Н. О речевой системности научного

стиля сравнительно с некоторыми другими: уч. пособ. / М. Н. Кожина. — Пермь: Изд-во Пермск. ун-та, 1972. — 395 с.

3. Кожина М. Н. Научный стиль / М. Н. Кожина // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожин. 2-е изд., стереотип. — М.: Флинта: Наука, 2011. — С. 242–248.

4. Котюрова М. П. Об экстралингвистических основаниях смысловой структуры научного текста (функционально-стилистика) / М. П. Котюрова. — Красноярск: Изд-во Красноярского ун-та, 1988. — 170 с.

5. Лаптева О. А. Внутрителическая эволюция современной русской научной прозы / О. А. Лаптева // Развитие функциональных стилей современного русского языка / под ред. Т. Г. Винокур и Д. Н. Шмелёва. — М.: Наука, 1968. — С. 126–130.

6. Крылова О. А. Структурные схемы и актуальное членение предложения / О. А. Крылова // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2012. — № 2. — С. 6–14.

7. Стародубцева Н. А. Функциональная семантика инфинитива как смыслообразующее средство при выражении житейных топосов в текстах старорусских памятников письменности / Н. А. Стародубцева // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. — 2008. — № 1. — С. 150–153.

8. Русская грамматика. / гл. ред. Н. Ю. Шведова. — В 2 т. — Т. 2: Синтаксис. — М.: Наука, 1980. — 709 с.

9. Панков Ф. И. Функционально-коммуникативная грамматика русского наречия: дис. ... докт. филол. наук / Ф. И. Панков. — М., 2009. — 844 с.

10. Бакаева Н. В. Малоотходная технология восстановления деталей сельскохозяйственной техники гальванопокрытиями: дис. ... канд. техн. наук / Н. В. Бакаева. — Орёл, 2000. — 158 с.

11. Чэнь Н. Исследование участия общественности в охране окружающей среды Китая / Н. Чэнь // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2015. — № 6. — С. 203–213.

12. Круглова Е. А. Символика розы в русской и немецкой поэзии конца XVIII — начала XX веков: опыт сопоставления: дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Круглова. — М., 2003. — 228 с.

13. Лисина Ю. А. Оценка потребителями качества товаров и степень отождествления этой характеристики с ценой / Ю. А. Лисина, М. В. Цыганова // СТЭЖ. — 2011. — № 12. — С. 129–131.

14. Лапин Н. И. Для России новая экономическая социология вдвойне нова / Н. И. Лапин // Экономическая социология. — 2007. — Т. 8. — № 3. — С. 6–18.

15. Брежнева О. А. Направления развития деятельности распределительных центров в розничной торговле России / О. А. Брежнева // Торгово-экономический журнал. — 2016. — № 1. — С. 41–52.

16. Семенов А. Б. Предпринимательская этика как элемент экономических отношений: дис. ... канд. экон. наук. / А. Б. Семенов. — Челябинск, 2005. — 192 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, Department of the Russian Language, Speech Communication and Russian as a Foreign Language.

E-mail: deganna@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ПОНЯТИЯ ТЕАТРАЛЬНОСТИ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭТОГО ФЕНОМЕНА В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИИ XX — НАЧАЛА XXI ВВ.

Н. М. Заварницына

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский государственный институт культуры»*

Поступила в редакцию 24 декабря 2018 г.

Аннотация: в настоящей статье рассматривается явление театральности в искусстве и литературе, выявляются формы и способы театрализации недраматургического текста. Автор исследует категорию театральности в отечественной науке XX — начале XXI вв. Актуальность поднятой в статье проблемы определена интересом современного литературоведения к театральному коду художественного произведения. В статье изучаются структурообразующие компоненты литературного текста — мотивы игры, маски, балагана. Результаты исследования могут быть применены в практике преподавания спецкурсов студентам театральных и филологических специальностей, а также при подготовке семинаров по проблемам театрализации литературы.

Ключевые слова: феномен театральности, театрализация, литературный текст, театрализация жизни, игра, зрелищность, маска, балаган, визуальность, авторская маска, маскарадность, декоративность, ассоциации и аллюзии.

Abstract: In the present article the phenomenon of theatricality in art and literature is considered, forms and ways of dramatization of the non-dramaturgic text are revealed. The author explores the category of theatricality in the domestic science of the XX-early XXI centuries. The relevance of the problem raised in the article is determined by the interest of modern literary criticism to the theatrical code of a work of art. The article examines the structural elements of a literary text — based on games, masks, buffoonery. The results of the study can be applied in the practice of teaching special courses to students of theater and philological specialties, as well as in the preparation of seminars on the problems of theatrical literature.

Keywords: the phenomenon of theatricality, theatrical, literary text, theatricality of life, the game, entertainment, mask, circus, visual, copyright mask, mascarades, decorative, associations and allusions.

Интерес отечественных деятелей науки и искусства к проблеме театральности актуализируется в начале прошлого столетия. В первые десятилетия XX в. появляется ряд исследований, в которых предпринимались попытки создать теоретический базис современного театра. Понятие «театральность» претерпело существенную эволюцию на протяжении XX — начала XXI вв.

Художественный и научный статус «театральности» утверждается в теоретических изысканиях Николая Николаевича Евреинова. Выдвинув идею «театрализации жизни», он подчеркнул необходимость распространения философии и законов театра на любые жизненные процессы. Евреинов выводит театральность на инстинктивный уровень, утверждая, что человеку свойственно играть ту или иную роль.

Основная теоретическая работа Евреинова — «Театр как таковой». В ней термин «театральность» получает более широкую трактовку: «инстинкт пре-

ображения, инстинкт противопоставления образам, принимаемым извне, образов, произвольно творимых человеком, инстинкт трансформации видимостей Природы» [1]. Театральность здесь превращается в один из принципов бытия. «Оттеатрлить жизнь, — вот что станет долгом всякого художника» [2, с. 13].

Н. Евреинов признает преемственность театральности: «в эволюции человеческого духа развитие чувства театральности постоянно предшествует развитию эстетического чувства» [2, с. 28].

Важным представляется тезис о том, что человек инстинктивно продолжает играть ту или иную роль не только на публике, но и оставаясь наедине с самим собой: «Мы любим себя только театрализованными. Доказательство этому найдете в вашем подходе к зеркалу, в которое вы смотрите, всегда мимируя значительность, привлекательность, импонирующую серьезность, решительность и т.п. Мы ищем в зеркале не столько объективной правды, сколько лести, утешения, подбадривания. И мы сами, того не замечая, порой помогаем зеркалу “польстить” нам, утешить нас или подбодрить» [3, с. 12].

В контексте теории «театрализации жизни» Евреиновым создается работа «Театр для себя» (1915–1917). Основное внимание автора сосредотачивается на философско-эстетической концепции театрокрации — господстве Театра над человеком как «законом общеобязательного творческого преображения, воспринимаемого нами» [4, с. 120].

Размышления о детской игре, сновидениях, фантазии приводят Евреинова к выводу о том, что с их помощью неудовлетворенность человека миром и собой трансформируется в благотворную театральную иллюзию, побеждающую иллюзию жизненную. «Большая часть человеческой жизни проходит под знаком Театра, убежден Евреинов, и таким образом народонаселение планеты имеет на самом деле театрократическое правление. Проявление театрокрации он видит в науке, философии, медицине, публицистике, литературе и поэзии» [5, с. 91].

Таким образом, маска, поза, форма явления оказываются для автора более значимыми, чем его реальное содержание, более того, они подчиняют себе это содержание, трансформируя сущность явления в соответствии с его видимостью. Это еще раз подтверждает возможность и необходимость осознанного проигрывания определенных ролей каждым человеком.

Мимесисом в природе Евреинов называет и игры животных («Театр у животных (О смысле театральности с биологической точки зрения)» (1924). Игра (воля к театру) — первотолчок к эволюции. «От бессознательной маски (мимикрии) к сознательному лицедейству — таков, в частности, путь от животного к человеку» [6, с. 301].

Если Евреинов для объяснения жизненных явлений повсюду, включая игры и сновидения, искал театральность, то Максимилиан Александрович Волошин в своей театрально-критической практике, напротив, пытался объяснить закономерности собственно театра, используя работы о детской игре и о сновидениях. В наиболее концентрированном виде его «сновиденческая» концепция восприятия сценического искусства представлена в статье «Театр как сновидение» (1912).

Волошинская идея тождественности логики сна и логики сцены несет на себе следы влияния рассуждений Ф. Ницше о дионисийском безумии, теории бессознательного З. Фрейда, интуитивизма А. Бергсона, исследований Вяч. Иванова, посвященных античной мифологии. При этом, по определению Н. Б. Маньковской, ее своеобразие заключается в «собственно эстетическом подходе к вопросу о гипнотической сущности театра как ритмизированного сновидения» [7].

С точки зрения М. Волошина, театр создается из трех порядков сновидений, взаимно сочетающихся: «из творческого преображения мира в душе драматурга, из дионисической игры актера и пассивного сновидения зрителя» [8]. Так поэт преобража-

ет действительность мира в своем творческом сне. Актер переживает тип сновидения, напоминающий дионисийскую оргийность или детские игры в войну и в разбойников. «Чем искреннее актер играет в пьесу, играет в то действующее лицо, которое он изображает, тем убедительнее будет пассивное сновидение зрителя» [8]. Зритель же в свою очередь ближе всех стоит к психологии простого физиологического сна. «Он спит с открытыми глазами. Его дело в театре — не противиться возникновению видений в душе. Он должен уметь внимательно спать, талантливо видеть сны» [8]. В результате именно сновидение зрителя решает судьбу театра, так как от его воспринимающих и преображающих способностей зависит объединение всех элементов, образующих театр.

Данные элементы соответствуют трем видам игры, также описанным в анализируемой статье. Следует заметить, что в концепции Волошина игра как одна из форм сновидения («сновидение с открытыми глазами») являлась важнейшим эстетическим понятием.

В 1910-е гг. М. Волошин работает над статьей «Лицо, маска и нагота», в которой содержатся ценные замечания по поводу театрализации личности, обусловленной как общественной мимикрией, так и стремлением к личной неприкосновенности.

Волошин демонстрирует механизм возникновения маски («условной лжи»), являющейся защитной одеждой лица и гарантом дальнейшего развития личности: «Когда человек сознает себя вдруг чем-то отдельным, непохожим на других, то он прежде всего по особому инстинкту самосохранения спешит скрыть свою особливость от других <...> Лишь с того момента, как лицо приучается лгать, скрывая свои истинные чувства за маской, начинается настоящее развитие лица. Лицо начинает лгать только потому, что оно вдруг создало свою способность раскрывать правду более глубокую, которую опасно раскрывать перед всеми» [9].

Варианты общественных масок, исторически выработанных бытом и модой, множественны. Самая простейшая их форма представлена масками профессий, высшая культурная форма — масками индивидуальных типов и темпераментов, воплотивших в себе известные идеалы моды или литературы. «Общество, которое инстинктивно опасается всякой эксцентричности, насмешкой, недоверием, иногда просто физической силой неволит принять ту или иную маску, официально им признанную» [8]. Подобное давление социума может привести к тому, что люди средние, «сознающие свое “я” только на поверхности своей одежды», становятся рабами своих масок, автоматически повторяя предусмотренные ими жесты, мысли и чувства.

С другой же стороны, для натур скрытных и не желающих ежеминутно выявлять себя и обнаруживать каждое свое душевное движение, ма-

ска является убежищем, раковиной, в которую они прячутся, своего рода «правом неприкосновенности личности». В данном случае, согласно Волошину, маска является важной ступенью в культуре личности.

В восприятии Всеволода Эмильевича Мейерхольда театральность оказывается тесно связанной с игрой и зрелищностью, свойственными народному театру, балагану. Его концепция изложена в статье «Балаган» (1912) и сборнике «О театре» (1913).

Полемизируя с натуралистическим театром, олицетворением которого являлся Московский Художественный театр, Мейерхольд указывал на недооценку им роли зрительской фантазии как элемента эстетического действия: «Стремление во что бы то ни стало *показать* все, боязнь Тайны, недосказанности превращает театр в *иллюстрирование* слов автора» [10]. В противовес натуралистической традиции он выдвигает традицию народного театра, в котором театральность связана с игрой и зрелищностью. Продолжая и развивая эту традицию в современном театре, Мейерхольд формулирует «наиболее естественный» метод «сознательной условности»: «Режиссер Условного театра ставит своей задачей лишь направлять актера, а не управлять им. Он служит лишь мостом, связующим душу автора с душою актера. Претворив в себе творчество режиссера, актер — *один* лицом к лицу со зрителем, и от трения двух свободных начал — творчество актера и творческая фантазия зрителя — зажигается истинное пламя» [10].

Условный метод предполагал наличие в театре четвертого после автора, режиссера и актера творца — зрителя. Задачей условного театра оказывается, в свою очередь, создание такой инсценировки, при которой зрителю приходится своим воображением творчески дорисовывать намеки, данные сценой.

Процесс театрального преображения Мейерхольд связывал с мастерством импровизации и старинной актёрской техникой каботинажа. «Возможен ли, однако, театр без каботинажа и что это такое этот ненавистный для Бенуа каботинаж? Cabotin — странствующий комедиант. Cabotin — сородич мимам, гистрионам, жонглёрам. Cabotin — владелец чудодейственной актерской техники. Cabotin — носитель традиций подлинного искусства актера. Это тот, при помощи которого западный театр достиг своего расцвета (испанский и итальянский театры XVII века)» [10].

Мейерхольд разводит понятия театральности и литературности, подчеркивая приоритет мимизма и движений в условном театре, так как на сцене реальное действие, зрелище обладают неоспоримыми преимуществами перед словами, являющимися «лишь узорами на канве движений» [10]. Чтобы спасти русский театр от «стремления стать слугою литературы», от беллетризма, он предлагает во что бы то ни стало вернуть сцене культ каботинажа в широком смысле слова.

Именно условный метод позволяет осуществить близкие режиссеру символистские проекты создания театра, воплощающего жизнь духа на сцене.

Помимо «режиссёрских» концепций театральности, ориентированных преимущественно на актёрскую технику и невербальную коммуникацию, на рубеже 1910–1920-х гг. имели место поиски «театра слова», предпринятые формальной школой (П. Г. Богатырёв, В. Б. Шкловский, Б. М. Эйхенбаум).

Применяя к театральному искусству и драматургии свой основополагающий принцип остранения, формалисты создали собственную оригинальную концепцию «условного театра», внесли вклад в развитие понятия театральности прозы.

Вклад в развитие понятия театральности прозы на рубеже 1910-х — 1920-х гг. вносят ученые-формалисты (П. Г. Богатырёв, В. Б. Шкловский, Б. М. Эйхенбаум), предложившие свое видение «условного театра». Применив к театральному искусству и драматургии свой основополагающий принцип остранения, они создают собственную оригинальную концепцию «театра слова». Значимой составляющей театральности признается игра слов, синтез вербальной и жестовой эксцентрики.

Соединение историко-литературного и историко-культурного осмысления феномена театральности наблюдается в трудах Ю. М. Лотмана. Обратившись к русской дворянской культуре начала XIX в., он исследует модели театрального поведения и механизмы театрализации эпохи. Бытовое поведение в трудах ученого выступает в качестве одного из вариантов маски (социальной роли). Стремление осмысливать свое бытие как «сюжетный текст», с точки зрения Лотмана, свидетельствует о том, что театральность и литературность пронизывают реальную жизнь, сливаются с ней воедино и композиционно организуют ее. Ученый прослеживает, как жесты и поступки представителей данной эпохи складываются в поведенческие тексты, ключом к которым зачастую служат литературные сюжеты, типовые литературные ситуации. Таким образом, он подчеркивает значимость художественной словесности первой четверти XIX в., предоставлявшей готовый набор поведенческих моделей для различных жизненных сценариев. Лотман также вводит в терминологический аппарат гуманитарных дисциплин понятие «театральный код».

Закрепление за литературным произведением функции отражения театральных начал, присутствующих в реальности, принадлежит Валентину Евгеньевичу Хализеву.

В. Е. Хализев в книге «Драма как род литературы: поэтика, генезис, функционирование» (1986) рассматривает театральность как двусторонний процесс: «театральность самораскрытия» и «театральность самоизменения». «Театральность самораскрытия» осуществляется главным образом в патетическом слове и жесте, которым сопутствуют экстазы и аф-

фекты (поведение жрецов и пророков, политических и судебных ораторов, религиозных проповедников и служителей культа, юродивых и публично кающихся людей). В случае «театральность самоизменения» «человек преображает себя и демонстрирует окружающим совсем не то, что являет собой на самом деле. Таковы игровая эксцентрика, шутство, клоунада, стихия обмана» [11, с. 67]. Последнему типу театральности сопутствует оперирование маской в прямом и переносном смысле. «Нередко театральность самоизменения определяется стремлением вывернуть наизнанку и осмеять высокую патетику. Как показано в работе М. Бахтина о Рабле, лицедейская, игровая, “масочная” театральность имеет карнавальные корни и органически связана с гротеском. Интонационно-жестовый гротеск наряду с патетикой являет исторически первичную разновидность театрального действия» [11, с. 67].

Хализев характеризует театральность как «жестикуляцию и ведение речи, осуществляемые в расчете на публичный массовый эффект», как своего рода «гиперболу человеческого общения» [11, с. 64].

Принципиально важным для нас является утверждение литературоведа о том, что театральным является не только публичное в прямом смысле слова, но и могущее сделаться публичным поведение, готовое продемонстрировать себя всем и каждому. «Первооснова театральности — это те грани внутреннего мира человека, которыми он хочет “заразить” (или не может не заразить) любого из присутствующих» [11, с. 72].

Художественные произведения (литература, живопись, скульптура, кинематограф) отражают присутствующие в реальности театральные начала. Таким образом, Хализев подчеркивает общехудожественный, искусствоведческий характер категории театральности.

Первое десятилетие XXI в. отмечено всплеском исследовательского интереса к проблеме театральности, отразившимся в ряде работ, посвященных творчеству отдельных писателей. Е. С. Шевченко рассматривает понятия театральности и театрального кода применительно к прозе С. Д. Довлатова, отмечая, что театрализация как специфическое свойство довлатовского реализма определяет специфику изображения действительности, героя и его отношения к миру, а также влияет на механизмы наррации. Г. А. Жиличева предлагает классификацию приемов визуализации как одного из принципов театрализации прозаического текста, проблематизирующего отношения повествуемого мира и вненарративной реальности. По мнению П. В. Шлапакова, обратившегося к роману К. К. Вагинова «Бомбочада», театрализация литературы является характерным феноменом авангарда, размывающего границы не только между жанрами, но и между отдельными видами искусства.

Перевод литературно-повествовательного плана в план представления, театрализации анализируется О. В. Шиндиной на материале романа К. К. Вагинова «Козлиная песнь». Попытка обобщения литературоведческих представлений о специфических приемах театрализации содержится в статье З. Н. Серовой, направленной на изучение проблем театральности современной прозы. Существенным вкладом в разработку понятия театральности применительно к художественной литературе на рубеже XX–XXI вв. стали исследования О. Ю. Осьмухиной, посвященные феномену авторской маски как элементу авторской стратегии.

Указанные исследования существенно повлияли на развитие отечественного театра прошлого столетия.

Несмотря на то что понятие театральности прозаического текста до сих пор не имеет четко очерченных границ, современное литературоведение ведет активные исследования в этом направлении применительно к конкретным произведениям и авторам.

Принципиально значимым для нашего исследования стало определение театральности, данное в работах Е. А. Поляковой [12, 13]. Полякова предлагает понимать под театральностью в литературе «специфический театральный, сценический способ развертывания сюжета и изображения характеров персонажей, включающий как пространственность и визуальность, с одной стороны, так и особый ракурс восприятия действительности — с другой» [13, с. 37]. Кроме этого, по мнению исследовательницы, понятие «театральность» включает в себя «определенную эстетику, связанную с принятием некоторой роли с представлением, т.е. с актерством, шутством, клоунадой, со стихией обмана» [13, с. 37]. Таким образом, речь идет о некотором модусе поведения, о транспонировании сценического за пределы театрального пространства, об «актерствовании во внехудожественной реальности», о «театральном хронотопе» вне театра.

Полякова подчеркивает необходимость восприятия театральности не только как некоторого атрибута драмы и ее сценического воплощения, но и как особой формы изображения действительности.

Дискуссия о театральности и поиски нового концептуального содержания этого понятия в настоящее время выходят на новый уровень и обретают новые формы. В частности, хочется привести в пример функционирование виртуальной площадки (www.theatrumundi.org), отражающей работу лаборатории «Театр. Пространство. Культура», организованной в 2007 г. Ю. Лидерман и М. Неклюдовой совместно с кафедрой Истории и теории культуры РГГУ. Деятельность лаборатории ведется в двух основных направлениях: реконструкция культурных условий существования театра и описание эффекта, который оказывают на культуру разнообразные

театральные практики и исторически меняющаяся концептуализация «театральности».

Особый интерес для нас представляют материалы круглого стола «Театральность в границах искусства и за его пределами» (2010), участники которого попытались определить характер театральности на сегодняшний момент. Привлекает внимание позиция О. Гавришиной, поставившей вопрос об историчности понятия «театральность». Проследивая взаимодействие театра с другими культурными формами, в том числе с формами популярного зрелища, и соотношение значимости зрелищных форм и текста, она условно выделяет три периода: 1) XVI–XVIII века, когда театр является основной формой популярного зрелища; 2) XIX — начало XX века, когда театр вступает во взаимодействие, в первую очередь, с повествованием, с романом; 3) XX век, когда театр определяет свое место по отношению с таким формам популярной зрелищной культуры, как фотография, кинематограф, видео. Констатируя постоянное смещение зоны «театральности», Гавришина утверждает, что в современной ситуации функции театральности демонстрируются экспериментальным театром, базирующимся на принципах соучастия и солидарности. «В такой перспективе театральность оказывается разновидностью “общественного договора”, заключаемого между создателями и участниками театрального события» [14].

Вполне очевидно, что рубеж XX–XXI вв. актуализировал феномен театральности, что позволяет говорить о начале нового периода в ее истории. Размытие границ театральности, установка на перформативность искусства, присутствие театрального кода в повседневной жизни по-новому ставят вопрос о функциях театральности в литературе, формах и способах театрализации недраматургического текста.

Категория театральности признается важной литературно-художественной характеристикой, позволяющей осмыслить как особенности художественного строя произведения, так и смыслообразующие художественные приемы, формирующие содержательный план произведения.

На уровне прозаического текста под формами театральности принято понимать зрелищность, повышенную визуальность, маскарадность, декоративность, экспрессивность, подчеркнутую игривость и искусственность, прямые театральные ассоциации и аллюзии. Театральность может определять и нар-

ративные механизмы прозаического текста, примером чего, в частности, является авторская маска.

ЛИТЕРАТУРА

1. Евреинов Н. Н. Театрализация жизни / Н. Н. Евреинов. — Режим доступа: <http://www.gnozis.info/?q=node/565>
2. Евреинов Н. Н. Театр как таковой: обоснование театральности в смысле положительного начала сценического искусства и жизни / Н. Н. Евреинов. — СПб.: Издание Н. И. Бутковской, 1912. — 118 с.
3. Евреинов Н. Н. Театрализация жизни / Н. Н. Евреинов. — Режим доступа: <http://www.gnozis.info/?q=node/565>
4. Евреинов Н. Н. Демон театральности / Н. Н. Евреинов. — М. — СПб.: Летний сад, 2002. — 535 с.
5. Лисакова Ю. Б. Игра как культурный феномен в театральной концепции Н. Н. Евреинова [Текст]: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Ю. Б. Лисакова. — Великий Новгород, 2006. — 27 с.
6. Евреинов Н. Н. Оригинал о портретистах / Н. Н. Евреинов. — М.: Совпадение, 2005. — 399 с.
7. Маньковская Н. Б. Театральная эстетика Максимилиана Волошина в контексте художественной жизни XX века / Н. Б. Маньковская. — Режим доступа: <http://www.intelros.ru/readroom/yestetika-vchera-segodnya-vsegda/vyp2-2006/7914-teatralnaya-yestetika-maksimiliana-voloshina-v-kontekste-xudozhestvennoj-zhizni-xx-veka.html>
8. Волошин М. Театр как сновидение / М. Волошин. — Режим доступа: http://az.lib.ru/w/woloshin_m_a/text_0510.shtml
9. Волошин М. Лицо, маска и нагота / М. Волошин. — Режим доступа: http://az.lib.ru/w/woloshin_m_a/text_0510.shtml
10. Мейерхольд В. Э. Статьи, письма, речи, беседы. Часть первая (1891–1917) / В. Э. Мейерхольд. — Режим доступа: http://az.lib.ru/m/mejerholxd_w_e/text_0030.shtml#_Toc158265590
11. Хализев В. Е. Теория литературы / В. Е. Хализев. — М.: Высш. шк., 2002. — 437 с.
12. Полякова Е. А. Поэтика драмы и эстетика театра в романе «Идиот» и «Анна Каренина» / Е. А. Полякова. — М.: РГГУ, 2002. — 328 с.
13. Полякова Е. А. Театральность в литературе / Е. А. Полякова // Новый филол. вестник № 2 (7). М.: РГГУ, 2008. С. 37–38.
14. Лидерман Ю. От составителей // По ту сторону театральности или прощание с мимесисом / Ю. Лидерман, М. Неклюдова, О. Рогинская. — Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2011/111/li21.html>

Самарский государственный институт культуры
Заварницына Н. М., кандидат филологических наук, декан театрального факультета, доцент кафедры философии и филологии
E-mail: zavar@smrgaki.ru

Samara state Institute of Culture
Zavarnitsina N. M., Candidate of Philological Sciences, Dean of the Theatre Faculty, Associate Professor of Philosophy and Philology
E-mail: zavar@smrgaki.ru

МЕЖУРОВНЕВЫЙ ХАРАКТЕР СОПОСТАВИТЕЛЬНО-ПАРАМЕТРИЧЕСКОГО МЕТОДА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

С. В. Колтакова, М. А. Стернина

Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 16 января 2019 г.

Аннотация: в статье рассматривается сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований с точки зрения возможностей его применения на разных уровнях семантического анализа.

Ключевые слова: сопоставительные исследования, сопоставительно-параметрический метод, семантический анализ.

Abstract: the paper presents the comparative-parametric method of linguistic research from the point of view of its application to different levels of semantic analysis.

Keywords: comparative linguistics, comparative-parametric method, semantic analysis.

Любой метод исследования предполагает определенный набор исследовательских приемов по сбору, анализу и описанию материала, а также совокупность способов интерпретации полученных результатов. При этом качество любого метода определяется, в первую очередь, возможностью применить его исследовательские приемы и способы интерпретации результатов к разным объектам и разным уровням объекта исследования.

Рассмотрим с этой точки зрения сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований. Данный метод является относительно молодым (возник в начале XXI века), но быстро развивающимся. Сопоставительно-параметрический метод представляет собой научный продукт Воронежской школы сопоставительных исследований, сформировавшейся в рамках Воронежской теоретико-лингвистической школы под руководством доктора филологических наук, профессора, заслуженного деятеля науки Российской Федерации Зинаиды Даниловны Поповой. Основными разработчиками данного метода являются профессор Воронежского университета М. А. Стернина и И. А. Стернин.

Сопоставительно-параметрический метод основан на общенаучном методе сопоставления и зародился в рамках сопоставительного языкознания. В рамках данного метода выполняются контрастивные исследования (И. П. Зленко, Т. А. Чубур, Л. В. Лукина и др.); сопоставительные исследования сем (С. Г. Любова, А. В. Рудакова, И. А. Стернин), семантем лексем (Л. А. Кривенко, Н. И. Малыгина, И. Н. Никитина, Н. А. Портнихина и др.), лексических группиро-

ровок (И. Ю. Вострикова, С. В. Колтакова, Н. И. Чернова, Н. М. Шишкина и др.), концептов (Н. А. Неровная, Д. А. Степанова, А. С. Трущинская и др.), текстов перевода и оригинала (Т. В. Дробышева) [1].

Основная цель исследований, выполняемых в рамках сопоставительно-параметрического метода, заключается в выявлении универсального и специфического в изучаемых языковых явлениях. В частности, выявляется национальная специфика семантики языковых единиц разных уровней, определяются оптимальные переводные соответствия отдельных лексем, разграничиваются семантически близкие единицы.

Как уже отмечалось, каждый метод характеризуется определенным набором логических действий и системой стандартизированных исследовательских приемов обработки материала. В рамках сопоставительно-параметрического метода был разработан универсальный алгоритм исследования, применимый ко всем уровням семантического анализа. Данный алгоритм предполагает две исследовательские процедуры: 1) индексализацию и 2) шкалирование. Применение методики индексализации языковых явлений позволяет представить особенности языковых явлений в виде количественных индексов, что позволяет осуществлять сравнение схожих языковых явлений как в синхронии, так и диахронии в рамках одного или двух языков [2, 23].

На данном этапе развития анализируемого метода в лингвистический обиход введено около 200 индексов для различного вида языковых единиц. Так, были разработаны индексы для изучения сем, лексем, лексических группировок, лакун, концептов, текстов. Анализ перечня предложенных индек-

сов позволяет констатировать их универсальный межуровневый характер: индексы, предложенные для изучения единиц одного семантического уровня, впоследствии были успешно экстраполированы на единицы более высокого или низкого уровня.

Такой универсальный характер демонстрируют, в частности, индекс яркости семы/когнитивного признака/подгруппы внутри тематической группы/зоны поля; индекс оценочности группы/концепта; индекс коммуникативной релевантности семемы/лексико-грамматической вариантности семемы/денотативных семем в семантеме/коннотативных семем в семантеме/денотативных семем в группе/глагольных семем/субстантивных семем/адъективных семем/семем с семой модального слова/семем различной членораздельности/концепта; индекс денотативной представленности семем/семантемы; индекс коннотативной представленности семем/семантемы; индекс полисемантической группы/индекс лексической полисемантической семантемы/ в группе; индекс лексико-грамматической полисемантической семантемы/ в группе; семемная плотность/индекс семемной плотности семантемы/индекс плотности коммуникативно релевантных семем в семантеме и ряд других.

В рамках этапа индексализации был предложен еще один исследовательский прием — аспектный анализ языковых явлений, который также продемонстрировал свою универсальность. Так, в целях систематизации и упорядочения изучения национальной специфики лексических группировок С. И. Деркач в своем диссертационном исследовании впервые вводит понятие аспектного анализа национальной специфики и для каждого аспекта определяет перечень применяемых формализованных параметров. Исследователь предлагает выделять количественно-структурный аспект, аспект семантического развития лексем группировки, аспект типологической характеристики семем группировки, аспект семантической близости лексем группировки, эмоционально-оценочный аспект и функционально-стилистический аспект [3].

Оправдав поставленную цель, данный подход был успешно использован и для изучения семантем. Так, Л. А. Кривенко в качестве основных аспектов анализа национальной специфики семантем русской и английской субстантивной лексики предлагает следующие: аспект развития лексической полисемии, аспект развития лексико-грамматической полисемии, аспект коммуникативной релевантности, а также аспект семемной представленности семантемы [4]. Позднее аналогичный аспектный анализ был применен для выявления национальной специфики семантем русских и английских глагольных [5] и адвербиальных лексем [6].

Дальнейшее развитие идея аспектного анализа получила в рамках изучения концептов. Так, для из-

учения степени семантической близости концептов были предложены структурный, содержательный аспекты, а также аспекты языковой объективации и темпоральной характеристики концептов [7]. В стадии разработки находится аспектный анализ лакун (Суханова, Колтакова).

Вторая исследовательская процедура, используемая в рамках сопоставительно-параметрического метода — шкалирование, представляющая собой процесс интерпретации полученных результатов, в ходе которого количественные показатели изучаемых явлений получают качественное выражение [2, 24], также характеризуется универсальностью и возможностью использования на разных лексических уровнях. Так, например, С. В. Колтаковой была предложена шкала степени проявления национальной специфики лексических группировок, впоследствии доработанная С. И. Деркач и С. А. Черниковой, согласно которой национальная специфика характеризуется как гипервыраженная, ярко выраженная, умеренно выраженная и неярко выраженная [1, 107]. Универсальность данной шкалы подтверждают многочисленные исследования национальной специфики не только лексических группировок, но также лексем, семантем, сем и концептов.

Еще одна шкала, предложенная Л. В. Лукиной в рамках контрастивных исследований, продемонстрировала свою универсальность и возможность применения не только при анализе контрастивных пар, но и при изучении семантически близких концептов одного языка. Согласно данной шкале межъязыковые лексические соответствия могут быть полными, ближайшими, близкими и дальними соответствиями [8, 16]. Позднее эта шкала была успешно апробирована на семантически близких концептах «командир» и «лидер» и позволила охарактеризовать данные когнитивные единицы как близкие соответствия [9].

Таким образом, сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований характеризуется универсальностью использования на разных семантических уровнях, что, наряду с применением представленных в виде индексов объективных количественных показателей и качественных шкал для интерпретации результатов, обеспечивает его валидность и объективность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернина М. А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований: Монография / М. А. Стернина. — Воронеж: Истоки, 2014. — 115 с.
2. Стернин И. А. Методика индексализации и шкалирования в рамках сопоставительно-параметрического метода / И. А. Стернин, М. А. Стернина // Сопоставительные исследования 2016. — Воронеж: Истоки, 2016. — С. 22–29.
3. Деркач С. И. Аспекты национальной специфики языка (на материале тематических групп «Политика» в рус-

ском и английском языках): автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. И. Деркач — Воронеж, 2011. — 23 с.

4. Кривенко Л. А. Национальная специфика семантем русской и английской субстантивной лексики: автореф. дис. ... филол. наук. / Л. А. Кривенко — Воронеж, 2013. — 23 с.

5. Никитина И. Н. Национальная специфика семантем русской и английской глагольной лексики: автореф. дис. ... филол. наук. / И. Н. Никитина — Воронеж, 2013. — 22 с.

6. Кочетова Н. В. Национальная специфика семантем русской и английской адвербиальной лексики: автореф. дис. ... филол. наук. / Н. В. Кочетова — Воронеж, 2017. — 22 с.

7. Колтакова С. В. К вопросу о методике сопостав-

ления концептов / С. В. Колтакова, Н. А. Неровная // Сопоставительные исследования 2019. — Воронеж: Истоки, 2019. — С. 23–27.

8. Лукина Л. В. Национальная специфика семантики слова и проблема межъязыковой семантической эквивалентности (на материале наименований речевых событий в русском и английском языках): автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Л. В. Лукина. — Воронеж, 2008.

9. Колтакова С. В. Опыт разграничения близких по содержанию концептов. / С. В. Колтакова, Н. А. Неровная // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — Воронеж, 2018. — № 3. — С. 11–16.

Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»

Колтакова С. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков

E-mail: koltakova2007@yandex. ru

Воронежский государственный университет

Стернина М. А., профессор, заведующий кафедрой английского языка естественно-научных факультетов

E-mail: sternina@vmail. ru

Military Educational and Scientific Center of the Air Force «N. E. Zhukovsky and Y. A. Gagarin Air Force Academy»

Koltakova S. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the department of the foreign languages

E-mail: koltakova2007@yandex. ru

Voronezh State University

Sternina M. A., Professor, Head of the English Chair for Science Departments

E-mail: sternina@vmail. ru

СНОВИДЕНИЕ КАК СПОСОБ ПОЗНАНИЯ БЫТИЯ: «ИСПОВЕДЬ» Л. Н. ТОЛСТОГО

Н. И. Кухтина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 25 декабря 2018 г.

Аннотация: предметом исследования в статье служит сновидение автора-героя «Исповеди», которое рассматривается как символическое воплощение авторской концепции, а также иллюстрирует процесс построения модели мира. Необходимый контекст составляют сновидения персонажей художественных произведений Л. Толстого, что позволяет исследовать символическое значение мотивов сна и пробуждения.

Ключевые слова: Л. Толстой, «Исповедь», сон, сновидение, пробуждение.

Abstract: the subject of the study in the article is the dream of the author-character of «A Confession», which is considered as a symbolic embodiment of the author's concept, and also illustrates the process of building a model of the world. The necessary context is the dreaming of the characters of Tolstoy's works of art, which allows us to explore the symbolic meaning of the motives of sleep and awakening.

Keywords: L. Tolstoy, «A Confession», dream, dreaming, awakening.

Сны всегда тревожили творческое и бытийное воображение Льва Толстого, представляясь ему особым инструментом познания. Именно сновидения с их «ночной» логикой проясняли самому писателю и его персонажам то, что выглядело недоступным для «дневного», рационального осмысления. Символическим воплощением напряженных духовных исканий служит сновидение в «Исповеди».

Вопросы о сути человеческого бытия, раздумья о смерти и преодоление страха перед нею имели для Толстого огромное значение задолго до создания «Исповеди» и осмыслялись в свете идеи единения людей на основе вечных нравственных начал. На первый план выходит проблема расхождения между идеалом нравственности и практической этикой людей. Устранение разрыва между существующим и должным, в представлении Толстого, является результатом внутреннего усилия личности. Нравственное совершенствование, таким образом, есть начало пути от зла к добру. Идея движения личности к истине обусловила веру писателя в возможность преодоления ложных представлений о добродетели. Процесс этого преодоления рассматривался им как «изменение жизнепонимания человека», его отношения к миру [1; 136]. Осознание трудности перехода от одного жизнепонимания к другому обусловило пристальное внимание Толстого к той стадии духовной эволюции человека, которая предшествует обретению веры. В дневниковых записях, письмах, незавершенных философских набросках 1860–1870-х годов, во всем художественном творчестве писателя ощутима настоятельная потребность в самоанализе,

что позволяет говорить о закономерности его обращения к жанру исповеди.

Духовный поиск писателя в «Исповеди» отражает один из ключевых в творчестве Толстого мотивов — мотив пути, сопряженный с мотивом «остановки жизни» [о мотиве «остановки жизни» см.: 2, 418–422]: «Жизнь моя остановилась. Я мог дышать, есть, пить, спать и не мог не дышать, не есть, не пить, не спать; но жизни не было <...> Истина была то, что жизнь есть бессмыслица» [3; 16; 116]. Как воплощение тягостного ощущения бессилия, невозможности преодолеть мучительный разлад возникает мотив пропасти: «Я как будто жил-жил, шел-шел и пришел к пропасти и ясно увидел, что впереди ничего нет, кроме гибели» [3; 16; 117].

Мотив пропасти возникает и в завершающей произведение картине сна, который, как отмечает в своих воспоминаниях Н. Н. Гусев, Толстой «действительно видел»: «Я напомнил Льву Николаевичу о его сне, который он рассказывает в заключении своей «Исповеди» <...>, — Это я действительно видел <...>, — ответил он» [4; 102]. Для Толстого этот сон «выразил <...> в сжатом образе все то», что он «пережил и описал» [3; 16; 163]. В этом сне находит отражение состояние первоначальной неопределенности, душевной сумятицы, когда писатель в детстве «имел только доверие к тому, чему <...> учили <...>; но доверие это было очень шатко» [3; 16; 106]. Соответствуют этому и ощущения автора-героя во сне — «мне ни хорошо, ни дурно»; и его неустойчивое положение в пространстве — «коротко ли, неровно ли, но неловко что-то» [3; 16; 163]. Шаткое положение, в котором он обнаруживает себя во сне, олицетворяет первоначальную нетвердость

его веры (не случайно автор, приступая к описанию сновидения, замечает, что намерен обстоятельно изложить основы своего нового миропонимания «в следующих частях сочинения»). Характерно, что осознание «шаткости», неудобства своего положения приходит, как только он начинает думать «о том, хорошо ли» ему «лежать», что соответствует началу мучительного поиска ответов на бытийные вопросы, раздумьям о мироустройстве, вере, жизни и смерти. Задумавшись, сновидец тут же ощущает, что «неловко ногам». Образ ног часто встречается в сновидениях персонажей Толстого. В сновидении героя «Истории вчерашнего дня» находим: «Я замечаю, что у меня панталоны так коротки, что видны голые колени. Нельзя описать, как я страдал (раскрылись голые колени <...>)» [3; 1; 392]. Сходные переживания испытывает персонаж рассказа «Метель»: «В руках того, кто меня держит, остаются моя одежда и часть кожи; но мне только холодно и стыдно... Я открываю глаза. Ветер закинул мне на лицо полу Алешкиной шинели, колено у меня раскрыто...» [3; 2; 233]. В сновидении Пьера Безухова о масонской ложе образ обнаженных замерзших ног, являясь реакцией на внешние раздражители, вовлекается в сновидение и выражает признание героем собственных неудач и осознание возможности измениться: «Он привстал, <...> ноги его похолодели и обнажились. Ему стало стыдно, и он рукой закрыл свои ноги, с которых действительно свалилась шинель» [3; 6; 303]. В своем позднем творчестве Толстой все больше отходит от изображения механизмов сна как физиологического процесса, прибегая к образности сновидения как одному из средств художественного воплощения идеи. Мотив голых, раскрывшихся ног, связанный с чувством стыда, неловкости, все в меньшей степени является реакцией на внешние факторы, главным образом служит олицетворением телесного, земного, животного начала в человеке.

Испытываемое сновидцем ощущение неловкости наталкивает его на дальнейшие размышления о своем положении: «Пошевеливаю ногами и вместе с тем начинаю обдумывать, как и на чем я лежу <...> И <...> вижу, что лежу на плетеных веревочных помочах» [3; 16; 163]. Неудобство положения подвешенности на «веревочных помочах» не исчезает, пока не появляется чувство центра, из которого исходят эти помочи. Такой центр видит в своем сновидении о «живом глобусе» Пьер Безухов: шар с растекающимися и сливающимися каплями — символ людского единения, гармонии мира, где капли представляют собой отдельных людей, являющихся эманациями Бога, находящегося в центре. Глобус — это вселенная, состоящая из людей-капель, живущих своими интересами, но в совокупности своей выполняющих таинственную, непостижимую задачу. В сновидении, завершающем «Исповедь», писатель также приводит модель мироздания, где человек должен обре-

сти свое место, в бесконечном пространстве найти опору, достичь равновесия, гармонии.

Образ «веревочных помочей», на которых необходимо удержаться в равновесии, соотносится с «нитями богородицы» из сна Николеньки Болконского, где «они с дядей Пьером шли впереди огромного войска <...> из белых косых линий, наполнявших воздух подобно тем паутинам, которые летают осенью и которые Десаль называл *le fil de la Vierge*» [3; 7; 307]. Схожий образ возникает ранее в «Отрочестве» в главе «Мечты» в грезах наказанного и запертого в чулане Николеньки Иртенева: «После сорока дней душа моя улетает на небо; я вижу там что-то удивительно прекрасное, белое, прозрачное, длинное и чувствую, что это моя мать» [3; 1; 155]. Образ матери значим в творчестве Толстого как олицетворение любви и святости, соотносим с образом Богородицы. Визуальные воплощения этого образа в сновидениях юных героев Толстого имеют подчеркнута нематериальную природу, принадлежат миру духовному: «что-то удивительно прекрасное, белое, прозрачное, длинное»; «белые косые линии», подобные «паутинам, которые летают осенью», называемым «нитями богородицы». «Веревочные помочи» в «Исповеди», являясь частью модели мироздания, опорой висящему над бездной, в некоторой степени утрачивают характерную для приведенных выше образов бесплотность, о чем свидетельствует указание на «материал»: не прозрачные и легкие нити паутины, а более прочные «веревочные помочи».

«Веревочные помочи», помогающие человеку удерживаться над бездной, реализуют значение поддержки, что отражено и на уровне языка: не случайно использование слова «помочи», созвучного слову «помощь». Этот смысл запечатлен в пословичном фонде русского языка. Это значение фиксируется во фразеологических сочетаниях: «быть или ходить на помочах» значит, будучи несамостоятельным в действиях, находясь в беспомощном состоянии, быть в подчинении, в зависимости от кого-нибудь, а «водить на помочах» — руководить человеком, находящимся в таком состоянии. Подобное выявление смысла, заложенного непосредственно в форме слова, используется Толстым неоднократно. В том же сновидении находим: «Я думаю о том, что будет со мной сейчас, когда я сорвусь с последних помочей. И <...> от ужаса я теряю последнюю державу» [3; 16; 163]. Слово «державу» здесь означает не независимое государство или символ власти монарха, а реализует непосредственное значение «того, что держит».

И нити в сновидениях героев-детей, и «веревочные помочи» в «Исповеди» представляют собой символическое воплощение человеческой связанности и связи с Богом. В модели мироздания Толстого жизнь каждого человека сплетена с жизнями других людей и вплетена в ткань вселенной. «Натяжение “космических вожжей” — чувство любви — это и направ-

ление движения, и само движение. Небесные “вожжи Богородицы” он ощущал как некий внутренний закон пчелиного роя, формирующий соты мировой жизни» [5; 214]. Когда связи нарушаются, теряется чувство прочного единства, разрушается гармония, равновесие, опора исчезает: «Я почему-то знаю, что помочи эти можно передвигать. И движением ног отталкиваю крайнюю помочу под ногами. Мне кажется, что так будет покойнее. Но я оттолкнул ее слишком далеко <...> Я держусь только верхом спины <...>» [3; 16; 164]. Характерно упоминание знания, изначально заданного: «Я почему-то знаю». Но знание это, как обнаруживает дальнейшее развитие сюжета сновидения, ошибочно, что воплощается уже на уровне формулировки, не содержащей указаний на абсолютный характер знания: «Мне кажется». С точки зрения механизма сна, это объясняется фрагментарностью сновидений, их неполным запоминанием, когда источник информации оказывается утрачен вместе с предшествующим фрагментом, не сохранившимся в памяти. Ошибочность знания в контексте сна в «Исповеди» служит отражением духовных исканий и заблуждений на пути к истине.

Ощущение зыбкости, потери опоры не только вызывает чувство страха, но и порождает очередной вопрос: «Мне становится <...> жутко <...> Я спрашиваю себя: где я и на чем я лежу? <...> Я не могу даже разобрать — вижу ли я что-нибудь там, внизу, в той бездонной пропасти, над которой я вишу и куда меня тянет <...>, и я испытываю ужас» [3; 16; 164]. Мотив падения с высоты, с горы в пропасть, бездну и связанное с ним ощущение ужаса организуют этот фрагмент сновидения. Д. С. Мережковский, сопоставляя отрывок сновидения с детскими мечтами Толстого о полете, говорит о присущем ему «притяжении бездны», «соблазне крыльев» [6; 467]. Действительно, в бездну его «тянет», но взгляд в «бездонную пропасть» вселяет ужас: «Смотреть туда ужасно. Если я буду смотреть туда, я чувствую, что я сейчас соскользну с последних помочей и погибну» [3; 16; 164]. Попытки избавиться от ужаса перед возможным падением, прервав сон, приказав себе проснуться, тщетны, поскольку преждевременны — еще не завершена путь к вере и истине: «Еще мгновенье, и я оторвусь. И тогда приходит мне мысль <...> Это сон. Проснись. Я пытаюсь проснуться и не могу» [3; 16; 164]. Падение в бездну губительно, спасение приносит взгляд ввысь, «в бездну неба»: «Что же делать <...>? — спрашиваю я себя и взглядываю вверх. Вверху тоже бездна. Я смотрю в эту бездну неба и стараюсь забыть о бездне внизу, и, действительно, я забываю» [3; 16; 164]. Взгляд в верхнюю бездну возвращает чувство покоя и надежности: «Я так же вишу на последних <...> помочах над пропастью; <...> но я смотрю только вверх, и страх мой проходит» [3; 16; 164]. Эти две бездны в модели мироздания, представленной в сновидении, — бездна плоти и бездна духа.

Основу толстовской модели мира составляет противопоставление ложного безрелигиозного или псевдорелигиозного и истинного, религиозного миропонимания. Мир, лишенный Бога, оказывается лишен и гармонии порядка, лишен ориентиров. Положение человека в нем неустойчиво и в итоге губительно: приближение к пропасти, угроза падения в бездну. Истинная вера упорядочивает мир, задает вектор движения жизни. Опозиция верха и низа в пространстве сновидения отражает противопоставление телесного и духовного и срединное положение человека, удерживающегося между двумя безднами на «веревочных помочах». Преобладание телесного начала, материальных, плотских устремлений губительно, ведет к падению. Обращение к духовности, нравственным первоосновам бытия дает надежную опору, возвращает утраченное равновесие. И, говоря вслед за Мережковским о «притяжении бездны», следует заметить, что спасительная верхняя бездна притягивает в несоизмеримо большей степени, чем нижняя: «Бесконечность внизу отталкивает и ужасает меня; бесконечность вверху притягивает и утверждает меня» [3; 16; 164]. Характерно здесь возникновение словесной конструкции-императива: «Как это бывает во сне, какой-то голос говорит: “Заметь это, это оно!”» [3; 16; 164]. В форме безличного голоса в сновидении изрекается истина, к которой идет сновидец, которая отражает напряженную внутреннюю работу. Именно в этой форме истина сообщается во сне Пьеру Безухову: «Самое трудное <...> в том, чтобы уметь соединять в душе своей значение всего. *Сопрягать* все эти мысли — вот что нужно!» [3; 6; 304]. В сновидении предпринимаются попытки разрешения волнующих сновидца проблем, поиска ответов на значимые бытийные вопросы.

Нередко в сновидениях знание, понимание чего-либо приходит внезапно: «И тут, как это бывает во сне» [3; 16; 165]. Как правило, такое внезапное обретение знания в сновидении побуждает к действию, что приводит к сюжетному повороту. Значимость сновидческого озарения в художественной системе Толстого отмечает Р. Густафсон: «“Вдруг” — одно из самых часто встречающихся наречий <...> в языке Толстого <...> Это своего рода шок пробуждения, прозрения <...> Решающие вопросы веры внезапны, потому что они и есть тот голос совести, Божественное “я” <...> Эти откровения ведут к новому пониманию и новому бытию» [7; 203]. Эти положения в полной мере реализуются в «Исповеди».

Озарение во сне является результатом постановки внутреннего вопроса: «Я спрашиваю себя, как я держусь, <...> и вижу, что <...> под серединой моего тела, одна помоча, и что, глядя вверх, я лежу на ней в самом устойчивом равновесии <...> И тут, как это бывает во сне, мне представляется тот механизм, посредством которого я держусь, очень естественным» [3; 16; 165].

В этом отрывке реализуется еще один из принципов сновидения — восприятие как данных причудливых, трансформированных образов, не соответствующих реальным предметам: «В головах у меня стоит столб, и твердость этого столба не подлежит никакому сомнению, <...> от столба проведена петля <...> и если лежишь на этой петле серединой тела и смотришь вверх, то даже и вопроса не может быть о падении» [3; 16; 165]. Можно не согласиться с мнением Д. С. Мережковского о том, что «весь этот “механизм” <...> — неподвижный столб и петля <...> — до ужаса напоминают виселицу» [6; 467]. Ведь столб (или столп) является еще и символом поддержки, опоры, устойчивости, прочности и постоянства; это ось мира, средоточие жизненной силы, энергии восхождения: «В индуизме столб с короной символизирует Путь. Согласно библейской книге Притчей Соломоновых, мудрость заключается в Семи Столбах <...> Два гигантских столба стояли по обе стороны входа в Храм Соломона в Иерусалиме; позже они стали масонской эмблемой справедливости и человеколюбия. В искусстве столб — атрибут аллегорических фигур Постоянства и Стойкости» [8; 364].

На то, что важна именно реализация значения столба как символа поддержки, духовной опоры, указывает и вновь возникающий императив: «И как будто кто-то мне говорит: смотри же, запомни», которым отмечен момент обретения гармонии и истины. Обращает на себя внимание устройство механизма, удерживающего человека над бездной: основой служит опора в виде столба, к которому присоединена петля, опоясывающая середину тела висящего человека. Это описание напоминает ствол дерева и ветвь со свисающим плодом. Сходным образом выглядит и положение младенца, удерживающегося на пуповине в утробе матери.

Соотнесение с младенцем в материнском лоне оправдано сакральной значимостью образа матери в системе раздумий о жизни Толстого. Образ матери, олицетворяющий любовь и святость, у Толстого соотносится с образом Богородицы: «После сорока дней душа моя улетает на небо; я вижу там что-то удивительно прекрасное, белое, прозрачное, длинное и чувствую, что это моя мать» [3; 1; 155]. Сакральность и подчеркнутая нематериальность визуального воплощения образа характерна для Толстого, потерявшего свою мать очень рано. К матери, как к Божееству, обращается он за поддержкой: «Она представлялась мне всегда таким высоким, чистым, духовным существом, что часто <...> я молился ее душе, <...> и эта молитва всегда мне помогала» [3; 14; 387].

В «Исповеди» наблюдается еще более тесное соотнесение материнского и Божественного начал, образ матери и образ Бога фактически сливаются воедино. «Родительская забота — ключевое понятие в толстовской трактовке Божественного, — за-

ключает К. А. Нагина. — Бог для Толстого, особенно позднего, не только полновластный Хозяин бытия, но и <...> заботливая мать, поддерживающая своего питомца» [2; 194]: «Не мог же я без всякого повода, причины и смысла явиться на свет <...> Пускай я, выпавший птенец, <...> но я <...> знаю, что меня в себе выносила мать, высиживала, грела, кормила, любила. <...> Если забросили меня, то кто же забросил? Не могу я скрыть от себя, что любя родил меня кто-то. Кто же этот кто-то? — Опять бог» [3; 16; 150]. Этот в высшей степени характерный для Толстого переход от «матери» к «Богу» отражен на языковом уровне: формы женского рода («выносила», «грела», «кормила») сменяются мужским («забросил», «родил») и объединяются формой множественного числа («забросили»), утверждая единую природу материнского и Божественного начала, в основе которой лежит любовь («любила», «любя родил меня»). В сновидении спасительная связь с Божественным и материнским началом признается незыблемой: «Если лежишь на этой петле серединой тела и смотришь вверх, то даже и вопроса не может быть о падении» [3; 16; 165].

После того, как сновидение отразило работу сознания и зафиксировало итог, происходит пробуждение: «И я проснулся» [3; 16; 165]. По убеждению писателя, сон снится именно в момент пробуждения, в особом порядке выстраивая события: «О снах вообще Лев Николаевич думает, что они слагаются в момент пробуждения» [4; 102]. Отсюда особое течение времени в сновидении, «обман времени», когда возникает иллюзия протяженности во времени, в то время как сновидение целиком возникает в мгновение пробуждения.

Пробуждение может быть истолковано символически как пробуждение от заблуждений к жизни. Важность пробуждения ото сна в образной системе Толстого отмечает Жорж Нива, говоря о том, что «Толстой <...> любит не сон, а момент пробуждения; он убеждает себя, что пробуждение — это прообраз смерти, что жизнь — это дурной сон <...> “Вся наша жизнь похожа на ночной сон, в котором забыто все, что этому сну предшествовало”» [9; 144].

Таким образом, в завершающем «Исповедь» описании сна Толстой выстраивает модель мироздания, отражающую его мироощущение в поздний период. Две бездны (бездна плоти и бездна духа), между которыми на «веревочных помочах», олицетворяющих человеческую связанность и связь с Богом, балансирует человек, воплощают оппозицию материального понимания жизни, ведущего к неминуемой гибели, падению с высоты в пропасть, и духовного, реализуемого посредством взгляда ввысь, позволяющего поддерживать равновесие, гармонию. Закономерным, по мнению писателя, становится выбор спасительной верхней бесконечности, чем и завершается сновидение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галаган Г. Я. Л. Н. Толстой. Художественно-этические искания / Г. Я. Галаган. — Л.: Наука, 1981. — 176 с.
2. Нагина К. Пространственные универсалии и характерологические коллизии в творчестве Л. Толстого / К. Нагина. — Воронеж: Научная книга, 2012. — 443 с.
3. Толстой Л. Н. Собрание сочинений в 22 томах. — М.: Худ. лит., 1978–1985.
4. Гусев Н. Н. Два года с Л. Н. Толстым / Н. Н. Гусев. — М.: Худ. лит., 1973. — 464 с.
5. Кедров К. А. Поэтический космос / К. А. Кедров. — М.: Советский писатель, 1989. — 480 с.
6. Мережковский Д. С. Лев Толстой и Достоевский / Д. С. Мережковский. — М.: Наука, 2000. — 593 с.
7. Густафсон Р. Обитатель и чужак. Теология и художественное творчество Льва Толстого / Р. Густафсон. — СПб.: Академический проект, 2003. — 480 с.
8. Тресиддер Д. Словарь символов / Д. Тресиддер. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. — 448 с.
9. Нива Ж. Возвращение в Европу. Статьи о русской литературе / Ж. Нива. — М.: Высшая школа, 1999. — 304 с.

*Воронежский государственный университет
Кухтина Н. И., аспирант кафедры истории и типологии
русской и зарубежной литературы
E-mail: kukhtina_n@phil.vsu.ru*

*Voronezh State University
Kukhtina N. I., Postgraduate Student of the History and
Typology of Russian and Foreign Literature Department
E-mail: kukhtina_n@phil.vsu.ru*

ЭКСТЕНСИВНАЯ ГЕНДЕРОЛОГИЯ В РОМАНЕ «БЕСЫ» Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО

Н. А. Макаричева

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Поступила в редакцию 24 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье представлен сопоставительный анализ образов Степана Трофимовича Верховенского и Николая Всеволодовича Ставрогина через призму гендерных отношений. Ракурс исследования позволяет подчеркнуть специфику образной системы и сюжетостроения в романе «Бесы», по-новому оценить психологизм мужских и женских характеров в романе, проследить преемственность образов в контексте творчества Достоевского.

Ключевые слова: гендерология, гендерологическая валентность, душевное приживальщичество, преемственность художественных образов, малая образная система

Abstract: the article presents a comparative analysis of the images of Stepan Trofimovich Verkhovensky and Nikolai Vsevolodovich Stavrogin through the prism of gender relations. The perspective of the study makes it possible to emphasize the specific character of the figurative system and plot construction in the novel "Demons", to re-evaluate the psychology of the male and female characters in the novel, to trace the continuity of the images in the context of Dostoevsky's work.

Keywords: genderology, gendered valence, small figurative system, soul-mate, hero-dreamer, continuity of artistic images

Роман «Бесы» имеет высокую значимость в ряду других произведений Ф. М. Достоевского. Л. И. Сараскина даже высказывала мнение, что это «самый спорный, самый многострадальный и <...> самый главный роман Достоевского» [1, 5]. Высокая значимость романа обусловлена его острейшей проблематикой, в первую очередь идеолого-политической. Дополнительный, психологический ракурс обеспечивает нам выход к гендерологической проблематике. Но она в «Бесах» остается отчасти на втором плане.

Об этом свидетельствует следующее. Во-первых, целый ряд идеологически значимых мужских образов — Петр Верховенский, Кириллов, Шигалев, Федька Каторжный и другие, — гендерологического содержания в романе вообще лишены. Во-вторых, женские образы в их широкой галерее, напротив, почти все не сориентированы на идеолого-политическую проблематику или относятся к ней лишь косвенно. Тем показательнее случаи, когда отдельные исключительно важные в идеологическом отношении мужские образы — Ставрогин, Степан Верховенский, Шатов — существенно характеризуются через особенности их взаимоотношений с женщинами.

В этой связи мы считаем целесообразным ввести в обиход нашего исследования понятие *гендерологическая валентность*. В подобном же метафорическом значении «валентность» уже используется, например, в лингвистике, а также в психологии и психиатрии [2]. Согласно этой логике, образы Петра Вер-

ховенского, Кириллова и др. имеют близкую к нулю гендерологическую валентность, то есть свободны от личностных взаимоотношений с женщинами. Образ Шатова в этом смысле явно *одновалентен*, тогда как Степан Верховенский и Николай Ставрогин — принципиально *многовалентны*.

Для сопоставления двух последних образов имеются разные основания. Прежде всего важно, что в ходе работы над романом Достоевский, как известно, менял претендентов на роль главного героя [3]. Первоначально в черновых записях к роману на первом плане выступал Степан Трофимович (Грановский, «либерал 40-х годов») в его соотношении с Верховенским-младшим (Студент, нигилист). Впоследствии автор выдвинул на роль центрального образ Ставрогина (Князь).

Для нашей темы важно, что образы Верховенского-старшего и Ставрогина, как уже сказано, гендерологически многовалентны. Это дает дополнительные основания для их сравнения и противопоставления.

Степан Трофимович с молодости самым очевидным образом имел склонность льнуть к женщинам. Из его предыстории мы узнаём: «Первою супругой его была одна легкомысленная девица из нашей губернии, на которой он женился в самой первой и еще безрассудной своей молодости, и, кажется, вынес с этою, привлекательною впрочем, особой много горя, за недостатком средств к ее содержанию и, сверх того, по другим, отчасти уже деликатным причинам. Она скончалась в Париже, быв с ним последние три года в разлуке и оставив ему пятилетнего сына,

«плод первой, радостной и еще не омраченной любви» <...>. Степан Трофимович <...> быстро женился опять, даже раньше году, на одной неразговорчивой берлинской немочке и, главное, без всякой особенной надобности. <...> Внезапная же смерть и второй супруги, не прожившей с ним и году, устроила всё окончательно. Скажу прямо: всё разрешилось пламенным участием и драгоценною, так сказать классическою, дружбой к нему Варвары Петровны <...>. Он бросился в объятия этой дружбы, и дело закрепилось с лишком на двадцать лет. <...> Самая тонкая и самая деликатнейшая связь соединила эти два столь замечательные существа навеки» [4, 11].

Но затем, на фоне этой «деликатнейшей связи» еще два женских характера окажутся ему близки, потенциально или реально. С Дарьей Шатовой — это именно потенциальная близость, но по ряду причин так и не реализовавшаяся. Возникает этот случай по инициативе Варвары Петровны. Имея свои дальние виды, она психологически и очень убедительно «обрабатывает» Дашу и Степана Трофимовича. С Дарьей, например, уговоры идут по таким линиям:

«— Он баба — но ведь тебе же лучше. Жалкая, впрочем, баба; его совсем не стоило бы любить женщине. Но *его стоит за беззащитность его любить, и ты люби его за беззащитность*. <...> Он станет на тебя жаловаться, он клеветать на тебя начнет, шептаться будет о тебе с первым встречным, будет ныть, вечно ныть <...>, но *без тебя все-таки не проживет, а в этом и главное*. Заставь слушаться; не сумеешь заставить — дура будешь. <...> Помни тоже, что он поэт. Слушай, Дарья: *нет выше счастья, как собою пожертвовать*. И к тому же ты мне сделаешь большое удовольствие, а это главное. <...> Я эгоистка, будь и ты эгоисткой» [4, 57].

Дарью Шатову уместно сопоставить с Зиной Москалевой («Дядюшкин сон»). Очевидна существенная разница характеров двух героинь, но обе они поддаются на уговоры, хотя их сердца заняты другими мужчинами (у Зины это — Вася; у Даши — Николай Ставрогин). Обе готовы на жертву, и всё же остаются себе на уме. В отличие от Зины, Дарья соглашается сразу и почти без оговорок:

«— Мне ведь всё равно, Варвара Петровна, если уж непременно надобно замуж выйти, — твердо проговорила Даша. <...> — Я как вам угодно» [4, 57]. Однако чуткая и совестливая генеральша Ставрогина — не чета искусной и поверхностной интриганке Марье Москалевой. Во-первых, она сама таит в себе личные чувства к Степану Верховенскому, и для нее планируемый брак — также в известном смысле самопожертвование. Во-вторых, она искренне привязана к Дарье и в ее покорной готовности ощущает некий подвох. Показательно завершение их разговора:

«— Дура ты! — накинулась она на нее, как ястреб, — дура неблагодарная! Что у тебя на уме? Неужто ты думаешь, что я скомпрометирую тебя хоть чем-нибудь,

хоть на столько вот! Да он сам на коленках будет ползать просить, он должен от счастья умереть, вот как это будет устроено! Ты ведь знаешь же, что я тебя в обиду не дам! Или ты думаешь, что он тебя за эти восемь тысяч возьмет (назначенная лично Верховенскому часть приданого. — Н. М.), а я бегу теперь тебя продавать? Дура, дура, все вы дуры неблагодарные!» [4, 58].

В последующих уговорах Степана Трофимовича Варваре Петровне было значительно сложнее. Причины этому предусмотрены разные. Во-первых, ее отношение к нему носит чрезвычайно сложный и противоречивый характер, здесь много глубоко личного: «*В ней таилась какая-то нестерпимая любовь к нему, среди беспрерывной ненависти, ревности и презрения*. Она охраняла его от каждой пылинки, нянчилась с ним двадцать два года, не спала бы целых ночей от заботы, если бы дело коснулось до его репутации поэта, ученого, гражданского деятеля. Она его выдумала и в свою выдумку сама же первая и уверовала. Он был нечто вроде какой-то ее мечты... Но она требовала от него за это действительно многого, иногда даже рабства. Злопамятна же была до невероятности» [4, 16]. Такому отношению женщины к мужчине мы не находим аналогов в других произведениях Достоевского. Некоторое подобие можно видеть лишь в «Идиоте», в отношении генеральши Лизаветы Прокофьевны Епанчиной как к своему мужу, так отчасти и к князю Мышкину. О героинях, подобных генеральше Ставрогиной, А. А. Гизетти справедливо писал, что у них «женская гордость гораздо сложнее и гибче, чем мужское сладострастие, властолюбие, богоборчество. Загадочным для Достоевского представляется и самый ум этих женщин, то упрощенный, холодный и жесткий, то снова неожиданно связывающийся какими-то таинственными нитями с жизнью сердца, и еще более, чем ум мужской, способный обнаружить “страсти логики”, пламя мысли, а не одну бесплодную игру понятиями» [5, 190].

Во-вторых, вновь напрашивается сопоставление с «Дядюшкиным сном». Если в ранней повести престарелый князь с восторгом склоняется к женитьбе на молодой девушке, то Степану Верховенскому претит роль жениха в неравном по возрасту браке.

В-третьих, не только Варвара Петровна к Степану Трофимовичу, но и он к ней питает сложные чувства, поэтому неприятно поражается намерению генеральши «пристроить» его к другой женщине:

«— *Excellente amie* (добрейший друг (фр.))! — задрожал вдруг его голос, — я... я никогда не мог вообразить, что вы решитесь выдать меня... за другую... женщину!

— Вы не девица, Степан Трофимович; только девиц выдают, а вы сами женитесь, — ядовито прошипела Варвара Петровна» [4, 61].

По большому счету, он слишком привык к Варваре Петровне, *прижился*. В своей роли приживаль-

щика при женщине он и сам открыто признается своему confidentу, Хроникеру: «Друг мой, <...> я открыл ужасную для меня... новость: je suis un простой приживальщик, et rien de plus! Mais r-r-rien de plus! /я всего лишь простой приживальщик, и ничего больше! Да, н-н-ничего больше! (франц.)» [4, 26]. Но в последнем («н-н-ничего больше») он, конечно, не совсем прав. Его со Ствругиной связывают узы взаимного душевного приживальщичества, что позволяет одному тонко чувствовать другого и догадываться о невысказанных эмоциях и намерениях. Так, например, Степан Трофимович высказывает тонкое понимание того, насколько непросто было генеральше решиться женить его на Даше:

«— Cher ami, если б я не согласился, она бы рассердилась ужасно, ужа-а-сно! но все-таки менее, чем теперь, когда я согласился» [4, 67].

История «Степан Верховенский — Дарья Шатова» закончилась в романе ничем. Планы Варвары Петровны разрушили Николай Ставрогин совместно с Петром Верховенским: с одной стороны, выведением на «авансцену» Марьи Лебядкиной-Хромоножки, с другой — через компрометацию Степана Трофимовича.

Последняя в судьбе героя женщина была избрана им самим, а не «навязана» генеральшей, и уже поэтому она ненадолго явилась реальной конкуренткой для Варвары Петровны. В самом финале романа на пути Степана Трофимовича, который отправился в «странствия», является «книгоноша» Софья Матвеевна Улитина.

Не случаен выбор имени для героини: «Особое место в романах Достоевского принадлежит «кротким» женщинам, носящим имя Софии. София Андреевна (мать Подростка), София Ивановна (мать Ивана и Алеши), София Матвеевна Улитина (ангел-хранитель последних дней Степана Трофимовича в «Бесах»), наконец, Соня Мармеладова — все они смиренно несут крест, выпавший на их долю, но верят в конечную победу добра» [6, 43].

Особенно важной чертой является преемственность Софьи Матвеевны по отношению к Софье Семеновне Мармеладовой. Она выражается даже в сюжетных деталях. Так, обеих незлобивых и чистых сердцем героинь мерзавцы-мужчины пытаются скомпрометировать: Сонечке Лужин украдкой подсунул в карман кредитный билет и обвинил в краже; книгоноше Лямшин подкинул в мешок с библиями «мерзкие фотокарточки», и женщину арестовали. Но еще важнее другой показатель преемственности, концептуальный для Достоевского: обе героини глубоко религиозны. По просьбе мужчин (Раскольников и Степан Верховенский) они читают им Библию и становятся для них, таким образом, проводницами в мир вечных евангельских истин.

Примечательно, что Дарья Шатова примеряет для себя именно роль Софьи Матвеевны, когда за-

являет Ставрогину: «Если не к вам, то я пойду в сестры милосердия, в сиделки, ходить за больными, или в книгоноши, Евангелие продавать. Я так решила» [4, 230]. И здесь важна, разумеется, не столько конкретная роль книгоноши, сколько то, что впоследствии исполнит Софья Улитина по отношению к Степану Верховенскому, — самоотверженная забота о «заблудившемся» и страдающем мужчине. Однако Дарья Шатова и в еще большей степени Николай Ставрогин оказались к подобным ролям, по слову Тихона, — «не приготовлены, не закалены» [4, 27]. И здесь мы переходим к рассмотрению образа Ставрогина в интересующем нас аспекте.

Уместно вспомнить замечание С. И. Гессена: «Комическое Верховенского становится у Ставрогина трагическим» [7, 51]. И все-таки уточним: не всё у Верховенского так уж комично (как можно было убедиться), а у Ставрогина — сплошь трагично. Более того, многое этих героев роднит, выделяя на фоне общей образной системы, в том числе гендерологическая многовалентность. Но и здесь есть свои нюансы. С одной стороны, кажется, что Ставрогин — хищник и в покорении женщин далеко оставляет за собою Степана Трофимовича. С другой стороны, если присмотреться внимательнее, то в рамках романного сюжета оба героя могут «числить за собою» всего лишь по четыре женщины. В судьбе Степана Трофимовича это две покойные жены, Варвара Петровна и Софья Матвеевна. Дарью Шатову, по большому счету, здесь приходится исключить, отношения Степана Трофимовича к Даше остались неразвернутыми.

Мужские амбиции Николая Ставрогина реализованы как будто гораздо более убедительно. Но и у него по каноническому сюжету — лишь четыре «победы»: Хромоножка Марья Лебядкина, Марья Шатова, Дарья Шатова и Лиза Тушина. Правда, существенная разница в гендерологических судьбах героев состоит в том, что у Ставрогина это были действительно победы, тогда как Верховенский к такому и не стремился, лишь *приживаясь* при женщинах.

Сделаем теперь наблюдения, которые представляются принципиально важными. В этом нам отчасти помогут суждения Е. М. Мелетинского. В частности, ученый констатирует: «Со Ставрогиным соотнесены почти все основные женские образы романа. В него влюблены и находятся с ним в какой-то мере в романтических отношениях Лиза, Даша (сестра Шатова) и Хромоножка, на которой он официально, хотя, в сущности, фиктивно женат. <...> Лиза и Даша, будучи антиподами, составляют малую образную «систему». Хромоножка Лебядкина радикально отлична и от Лизы, и от Даши. <...> Она в известном смысле всем им противопоставит и, в отличие от теоретика Шатова, непосредственно воплощает стихию «народа-богоносца». Она чувствует отрыв обожаемого ею Ставрогина от почвы, произошедшие в нем изменения, то, что «сокол» превратился в «филина»

и «сыча», и проклинает его как «самозванца»: «Гришка Отрепьев а-на-фе-ма!» [8, 121–122].

Мы считаем продуктивным использованное здесь понятие «малая образная система». Понятно, почему не вошла в нее Марья Шатова (во взаимоотношениях со Ставрогиным она в романе не показана). Но почему же не попадает в эту систему и Хромоножка? Далее у Е. М. Мелетинского все три героини всё же оказываются в общем ряду. Но еще примечательнее, что суждения ученого о связанных со Ставрогиным женских образах поставлены рядом с указанием на наличие мужского «треугольника»: «Ставрогин непосредственно соотнесен с Шатовым и Кирилловым — двумя носителями противоположных идей: богочеловек, народ-»богоносец» и человеко-бог, порожденный атеизмом. Обе идеи подсказаны им обоим Ставрогиным. Противостояние этих идей есть отчасти отражение идеологической борьбы в душе Ставрогина.

Ставрогин окружен влюбленными женщинами, из которых полная противоречий, истеричная красавица Лиза противопоставлена кроткой Даше, а им обеим (и не только им) противостоит Хромоножка, юродивая и ясновидящая» [8, 131–132].

Здесь вновь замечен некий пробел, теперь уже в ряду мужских образов, который должен бы, на наш взгляд, заполнить Петр Верховенский (в суждениях Е. М. Мелетинского он стоит обособленно). Таким образом, Николай Ставрогин оказывается в центре не одной, а двух «малых образных систем» — *женской* и *мужской*. Притом системы эти не просто пересекаются, они почти параллельны, во всяком случае, они в смысловом отношении откликаются друг на друга.

Первое, что обращает на себя внимание — одновременность оказываемого разнонаправленного влияния Ставрогина. Шатов этому негодующе удивляется: «В Америке я лежал три месяца на соломе, рядом с одним... несчастным, и узнал от него, что в то же самое время, когда вы насаждали в моем сердце бога и родину, — в то же самое время, даже, может быть, в те же самые дни, вы отравили сердце этого несчастного, этого маньяка, Кириллова, ядом... Вы утверждали в нем ложь и клевету и довели разум его до иступления... Подите взгляните на него теперь, это ваше создание...» [4, 197]. Можно полагать, по сходному принципу воздействовал Ставрогин и на воображение Лизы и Даши.

Лиза и Даша изначально зачарованы Ставрогиным (как Шатов и Кириллов) и готовы ради него на всё. Однако существенная разница в том, что именно включает в себя это «всё» для той и другой героини. На первый взгляд, после интимной близости со Ставрогиным *всё* для Лизы Тушиной оказалось истощенным. У Лизы открылись глаза на Ставрогина, на саму себя и даже на Маврикия Николаевича. Однако важно заметить, что пресловутое *всё* включает для героини и близкую гибель, которую она сама

и предчувствует: «Я умру, очень скоро умру, но я боюсь, боюсь умирать...» [4, 410].

Если в русле приведенной логики подключить к рассмотрению еще одну Шатову — Марью, — то закономерность сохраняется. Эта супруга Шатова так же, как Хромоножка, Лиза и Даша, подпала под мужское обаяние Ставрогина. И как Лиза, она истощила своё *всё* в интимной близости с ним. Обе кардинально меняются в отношении к Ставрогину, и об этом, по логике сюжета, это стоит жизни.

Не всегда, но зачастую у Достоевского к гибели героинь также может приводить их склонность к эмансипации. Такая склонность подавляет многие женские инстинкты, в том числе — продолжения рода, материнства, сострадания. В «Бесах» самым ярким пример — Марья Шатова. Она проклинает рождение ребенка, потому что он — плод ее эмансипированного увлечения Ставрогиным. Авторская воля не случайно свела ее с повитухой, Ариной Прохоровной Виргинской, в лице которой различима пародия на идею «разумного эгоизма» и прагматизма: «...за успех поручусь; со мной не умрете, не таких видывала. Да и ребенка хоть завтра же вам отправлю в приют, а потом в деревню на воспитание, тем и дело с концом. А там вы выздоравливаете, принимаетесь за разумный труд и в очень короткий срок вознаграждаете Шатова за помещение и расходы, которые вовсе будут не так велики» [4, 448]. Принимающая ребенка в мир повитуха с такими воззрениями не прямо, но с концептуальной закономерностью почти обрекает на гибель и ребенка, и мать, и отца.

Сцена, в которой Шатов слышит, как рождает его жена, предвосхищает описание Л. Н. Толстым в «Анне Карениной» соответствующего состояния Константина Левина: «Из комнаты раздались наконец уже не стоны, а ужасные, чисто животные крики, невыносимые, невозможные. Он хотел было заткнуть уши, но не мог и упал на колена, бессознательно повторяя: «Marie, Marie!» И вот наконец раздался крик, новый крик, от которого Шатов вздрогнул и вскочил с колен, крик младенца, слабый, надтреснутый. Он перекрестился и бросился в комнату» [4, 451]. Вполне «толстовский» характер, на грани натурализма и символизма, носит и восприятие отцом младенца, и состояние матери: «В руках у Арины Прохоровны кричало и копошилось крошечными ручками и ножками маленькое, красное, сморщенное существо, беспомощное до ужаса и зависящее, как пылинка, от первого дуновения ветра, но кричавшее и заявлявшее о себе, как будто тоже имело какое-то самое полное право на жизнь... Marie лежала как без чувств, но через минуту открыла глаза и странно, странно поглядывала на Шатова: совсем какой-то новый был этот взгляд, какой именно, он еще понять был не в силах, но никогда прежде он не знал и не помнил у ней такого взгляда» [4, 451–452].

Таинство родов способно преодолеть всё наносное, в том числе искаженные эмансипацией взаимоотношения женщин и мужчин. Последующая сцена выразительно добавляет еще один штрих:

« — Нагнитесь ко мне, — вдруг *дико проговорила* она, как можно стараясь не глядеть на него. Он вздрогнул, но нагнулся.

— Еще... не так... ближе, — и вдруг левая рука ее стремительно обхватила его шею, и на лбу своем он почувствовал крепкий, влажный ее поцелуй» [4, 453]. Всю эту сцену можно назвать гендерологическим катарсисом взаимоотношений.

Важная деталь здесь в том, что Марья целует Ивана *в лоб*, почти по-матерински. В ней проснулся и возобладали надо всем прочим этот инстинкт. Как уже сказано выше, ребенок для нее — нежеланный плод и напоминание о прежних заблуждениях. Но тогда инстинкт органично переносится на мужа. И сама гибель ее и ребенка демонстрирует полную и роковую зависимость от его судьбы: после убийства Шатова ей с ребенком не суждено выжить.

В противоположность Марье, ее «золовка», Дарья Шатова, несет в себе инстинкт материнства изначально и распространяет его на Ставрогина. Как мать своему ребенку, она заведомо готова простить ему всё что угодно и оставаться с ним везде где угодно, не только в кантоне Ури. Однако сам он к этому оказывается не готов. Она от него никогда не устанет — но сам он устал от себя, как и от преданности Дарьи. Эта ситуация напоминает свидригайловскую и в то же время противостоит ей. Свидригайлову в «Преступлении и наказании» была еще суждена жизнь, если бы на месте Дуни оказалась Соня Мармеладова. Достоевский предусматривал это в черновых материалах к роману о Свидригайлове [9, 164]. Но Дуня его не любит — и он застрелился. Дарья любит Ставрогина — и он повесился. Гендерологические возможности не срабатывают то в одну сторону (от мужчин к женщинам), то в другую, обратную.

Отдельного разговора заслуживает, конечно, образ Марьи Лебядкиной (Хромоножки). В критической и научной литературе этой героине уделено внимания больше, чем остальным женщинам романа вместе взятым — в основном как «народному характеру» и «юродивой». На общем фоне позитивных мнений выделяются другие, критичные. Так, Л. И. Сараскина в специальной главе своей книги (Искажение идеала (Хромоножка в «Бесах»)) [1, 130–166] отказывает этой героине во многом, в том числе в этической состоятельности. А. П. Власкин обращал внимание на художественные изъяны образа Хромоножки. Он, например, высказал предположение, что и для самого Достоевского «Марья Лебядкина-Хромоножка — не «вытягивала» образ юродивой» [10, 60].

Мы, в свою очередь, не считаем нужным вступать в общую полемику, потому что образ Хромоножки имеет для нас специфический интерес. Он

играет свою примечательную роль в сочетании двух ранее выделенных «малых образных систем», женской и мужской. По отношению к Ставрогину (который является центром в обеих системах) Хромоножка — как ни парадоксально — играет роль, сходную с ролью Петра Верховенского. Оба они в известном смысле — мечтатели, «энтузиасты». Для нее Ставрогин — то «светлый сокол и князь», то «филин» и самозванец, «Гришка Отрепьев». Для Петра Верховенского Николай Всеволодович — «Иван Царевич», лидер планируемой смуты. Его личностное отношение вполне сродни тому, что испытывала Хромоножка:

« — Ставрогин, вы красавец! — вскричал Петр Степанович почти в упоении. — Знаете ли, что вы красавец! В вас всего дороже то, что вы иногда про это не знаете. О, я вас изучил! Я на вас часто сбоку, из угла гляжу! <...> Вы мой идол! <...> Вы предводитель, вы солнце, а я ваш червяк...

Он вдруг поцеловал у него руку. Холод прошел по спине Ставрогина, и он в испуге вырвал свою руку» [4, 323–324].

Здесь вспоминается, как Марья Лебядкина униженно вела себя по отношению к Ставрогину: «Бедняжка стремительным полусшепотом, задыхаясь, пролепетала ему:

— А мне можно... сейчас... стать пред вами на колени?» [4, 146].

Обоим «мечтателям», Петру Верховенскому и Лебядкиной, в скором сюжетном времени суждено было разочароваться в своем кумире. Марья провозгласила Ставрогину свою «анафему». Петр Степанович высказался не менее выразительно: «Какая вы «ладья», старая вы, дырявая дровяная барка на слом!» [4, 408].

Обращает на себя внимание еще один нюанс, касающийся отношения Ставрогина к покоренным женщинам. В романе нет пояснений к тому, чем именно он на них воздействовал изначально. Но Ставрогин оказывается на удивление неоригинален в том, что предлагает Марье Лебядкиной, Дарье Шатовой и Лизе Тушиной в качестве финала их отношений. В случаях с двумя первыми это достаточно адресно — уединение в Швейцарии, в кантоне Ури. Лиза догадывается сама, рисуя образ «паучьего места». Впечатляющая вариативность идейного воздействия на мужчин (Кириллова, Шатова и Петра Верховенского) и унылое однообразие финалов, прогнозируемых для женщин (Лизы, Дарьи и Марьи Лебядкиной), — вполне раскрывает гендерологическую несостоятельность Ставрогина.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сараскина Л. И. «Бесы»: роман-предупреждение / Л. И. Сараскина. — М., 1990. — 480 с.
2. См., например: Малкина-Пых И. Г. Техники гештальта и когнитивной терапии / И. Г. Малкина-Пых. — М., 2004. — 384 с.
3. См.: Буданова Н. Ф. Бесы / Н. Ф. Буданова // Досто-

евский: Сочинения, письма, документы: Словарь-справочник. — СПб., 2008. — С. 20–21.

4. Достоевский Ф. М. ПСС в 30 т. / Ф. М. Достоевский. — Т. 10. — Л., 1974. — 516 с.

5. Гизетти А. А. Гордые язычницы. (К характеристике женских образов Достоевского) / А. А. Гизетти // Творческий путь Достоевского. Сборник статей под редакцией Н. Л. Бродского. — Л.: Сеятель, 1924. — С. 186–196.

6. Белов С. В. Имена и фамилии у Достоевского — Телескоп / С. В. Белов. / Исследования литературы. — 2014. — № 6 (108). — С. 42–43.

7. Гессен С. И. Трагедия зла (философский образ

Ставрогина) / С. И. Гессен // «Путь»: Орган русской религиозной мысли. № 36. — Париж, 1932. — С. 50–51. — Режим доступа: <http://www.odinblago.ru/path/36/3>. (Дата обращения: 20.11.2018 г.).

8. Мелетинский Е. М. Заметки о творчестве Достоевского / Е. М. Мелетинский. — М.: РГГУ, 2001.

9. Достоевский Ф. М. ПСС в 30 т. / Ф. М. Достоевский. — Т. 7. — Л., 1973. — 415 с.

10. Власкин А. П. Тихон — Хромоножка — Зосима — Смердящая: догадки и недоумения / А. П. Власкин // Достоевский и мировая культура. Альманах № 32. — СПб., 2014.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Макаричева Н. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы

E-mail: 812natally@mail.ru

Saint-Petersburg State University of Economics

Makaricheva N. A., Candidate of Philology, Associate Professor of Russian Language and Literature

E-mail: 812natally@mail.ru

«ДУХОВНЫЙ РЕГЛАМЕНТ» В ТВОРЧЕСТВЕ СВТ. ТИХОНА ЗАДОНСКОГО И СТАНОВЛЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

Д. В. Мельников (Иеромонах Гавриил)

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

Поступила в редакцию 14 января 2019 г.

Аннотация: в статье показано, как «Духовный регламент», созданный архиепископом Феофаном (Прокоповичем) по указанию Петра I, не только привел к искажению церковного строя России, но имел также некоторое положительное значение, повлияв на творчество свт. Тихона Воронежского и Задонского. Созданные последним во исполнение идей «Регламента» произведения для «простого народа» обогатили русскую духовную литературу, а также способствовали постепенному переходу российского общества во всех сферах коммуникации на простой русский язык вместо возвышенного церковнославянского.

Ключевые слова: Духовный регламент, Тихон Задонский, Феофан Прокопович, духовная литература, русский язык.

Abstract: The article under consideration shows how "Spiritual Regulations" created by Archbishop Theophan (Prokopovich), who was instructed by Peter-I, led to both the distortion of the Church System in Russia and the positive effect on the St. Tikhon of Voronezh and Zadonsk writing. Pursuing the ideas of "Regulations" for "common people", St. Tikhon created the works which enriched the Russian spiritual literature and also contributed to the gradual conversion of Russian society in all communication areas to the simple Russian language instead of sublime Church Slavonic.

Keywords: Spiritual Regulations, Tikhon Zadonsky, Theophan Prokopovich, spiritual literature, the Russian language.

«Духовный регламент», созданный в 1718–1721 гг. [1, 155–173] еп. Феофаном Прокоповичем (с 1718 г. епископ Псковский, с 1725 — архиепископ Новгородский), нередко и справедливо порицался как законодательная основа и рациональное обоснование для упразднения канонического строя Русской Православной Церкви [1, CXIII–CLXXVII]. Однако его влияние на духовную культуру России не следует рассматривать только в негативном ключе. С одной стороны, последствия осуществления неканонических идей «Регламента» сглаживались, очищались, направлялись ко благу Промыслом Божиим: «Духовную коллегию, которую у протестанта перенял Петр, Провидение Божие и церковный дух обратили в Святейший Синод» (свт. Филарет Московский) [10, 214]. С другой стороны, «Регламент» имел и созидательный потенциал. Даже «сторонники старины», по мнению самого крупного исследователя «Регламента» П. В. Верховского, «с течением времени были покорены второй частью («Регламента» / — и. Г.) — практической». «Источниками второй части Духовного Регламента в общем были данные живой русской действительности, — подытоживает этот ученый свое исследование. — Всевозможные упущения, большие неурядицы, суеверия, обрядове-

рие, лицемерие, недостаток просвещения и т.д. — все не были новостью для Руси петровской эпохи... Не сочувствовать доброму желанию насадить поклонение Богу „в духе и истине“, конечно, никто не мог, а вторая практическая часть Духовного Регламента для начала XVIII века была наиболее совершенным сводом того, на что церковной и государственной власти давно следовало обратить более энергичное внимание. И надо отдать справедливость, для русской цивилизации руководившаяся Духовным Регламентом Духовная Коллегия (Священный Синод / — и. Г.) сделала в два столетия очень много. Понятно поэтому, что вторая практическая часть Регламента в связи с цивилизаторской деятельностью Духовной Коллегии заслонила собою первую теоретическую часть, вводившую в русскую жизнь новые начала в противоречие чистым началам христианства и вековым традициям православного церковного права» [1, 492–493]. В данной работе мы покажем, как созидательный потенциал практической части «Регламента» выразился в рецепции некоторых его замыслов святителем Тихоном Воронежским, Задонским чудотворцем.

Молодой епископ Воронежский и Елецкий Тихон, как и прочие архиереи, был обязан руководствоваться «Регламентом» и его органичным продолжением «Прибавлением о правилах причта церковного и чина

монашеского», написанным тем же автором. В шестом пункте «Прибавления» все священники обязываются либо иметь экземпляр печатного «Регламента», либо переписать для себя его значительную часть («правила общих дел», «правила мирским лицам» и «священником правила» из «Прибавления») [3, 128]. При объездах же епископом приходов священники должны были правила «Регламента» «объявить архиерею», т.е. сдать «экзамен» на знание «Регламента». Свт. Тихон указом от 24 март 1766 г. определяет всем священникам Воронежской епархии в течение полугода приобрести в Воронеже «печатные духовные регламенты» (они стоили 34 копейки) и «купя часто бы те регламенты читали и по нему поступали непременно». «А ежели который поп... регламента иметь не будет» или «в противность того регламента поступать станет, то с тем яко преступником поступлено будет по строгости законов без всякого упущения» [4, 47–48].

Несомненно, что неукоснительно исполняли «Регламент» и сами архиереи, что доказывается указами свт. Тихона, где он постоянно руководствуется «Регламентом» [4, 7, 9, 10, 16, 21–23, 28–29, 31–32, 47–48, 52, 54, 55, 64, 84–85, 86] наряду с канонами Церкви [4, 21–22, 28–29, 32, 61, 84], указами монархов, в частности, Петра I [4, 60–61, 79–80], Екатерины II [4, 9, 55–56, 62, 66, 68–71, 71–72, 77–78, 84–85], Елисаветы Петровны [4, 10–11, 27, 70], указами и определениями Сената [4, 60–61, 62] и Синода [4, 27, 34, 55–56, 60–61, 66, 68–71, 77–78, 79–80], а также иногда уставными указаниями требника Петра Могилы [4, 29–30]. Он признает обязательность для священников в силу данной ими присяги норм церковных канонов, «Духовного Регламента» и «Генерального Регламента», «Соборного уложения», указов монархов и прочих государственных законов [4, 55]. Обращает не себя внимание тот факт, что каноны церковные (правила святых отцов) свт. Тихон ставит в этом перечне на первое место [4, 55].

Несмотря на приоритет, отдаваемый свт. Тихоном церковным канонам, у исследователя может возникнуть впечатление о чрезмерном, «рабском» его следовании государственному регламентированию церковной жизни. Может показаться, что святитель, как и вся иерархия, был настолько запуган показательным процессом над священномучеником Арсением (Мацеевичем), что и шагу не смел ступить без сверки своего «курса» с государственной политикой. Суд над сщмч. Арсением Мацеевичем роковым образом сказался на состоянии здоровья свт. Тихона, однако нет оснований говорить о его якобы рабской покорности правительственному «курсу». Напротив, будущий святой вполне свободно и творчески использовал положительный потенциал «Регламента», что доказывается следующими соображениями.

Во-первых, свт. Тихон активно использовал «Регламент» и до устрашающего суда над сщмч. Арсе-

нием Мацеевичем, найдя в нем нечто полезное для нужд Новгородской семинарии и нечто перекликающееся с его личным опытом. Действительно, самое раннее дошедшее до нас сочинение святителя Тихона «Инструкция для Новгородской семинарии» (9 октября 1761 г.), написанная им в тот период, когда он нес попечение о своей alma mater в качестве ее ректора и «викарного епископа Новгородского», содержит *пять ссылок на «Регламент» и не менее десяти явных реминисценций* из этого документа [2]. Фактически «Инструкция» 1761 г. является кратким приложением положений «Духовного Регламента» к местным условиям Новгородской семинарии. В этой «Инструкции» будущий великий духовный писатель заимствует из «Регламента», в частности, упрощенную педагогическую идею: *духовное чтение и дисциплина ведут к преобразению личности*. Свою педагогику свт. Тихон впоследствии значительно углубит [2], однако важно то, что «Духовный Регламент» намечает достойную, воистину духовную, цель педагогического воздействия: человеку «грубых нравов» «претвориться аки бы *в иного*», его «уму просветиться», «воле исправиться». К моменту создания «Инструкции» (1761 г.) епископу Тихону, по видимому, было известно из опыта, что значит «претвориться в иного». Келейник святого передает нам его воспоминание из лет учительства в семинарии в 1754–1758 гг.: «В месяце мае ночь была весьма приятная, тихая и светлая: я вышел из келлии на крыльцо... и стоячи размышлял о вечном блаженстве. Вдруг небеса разверзлись, и там такое сияние, и светлость, что бранным языком сказать и умом понять никак невозможно... и я от того чудного явления более горячее желание возымел ко уединенной жизни; и долго после оного видения чувствовал и восхищался умом, да и ныне, когда вспомню, то ощущаю в сердце моем некое веселье и радость». А другой келейник сообщает, что «небесное отверстие это и в Воронежской епархии повседневно ему воображалось, так что беспрерывно побуждало его, оставив трудное, важное и опасное правление пастырской должности, идти, для лучшего и удобнейшего получения вечного блаженства, на жизнь уединенную» [9, 7, 22–23]. Подобное видение божественного света вряд ли могло быть чисто внешним и не сопровождаться опытом внутреннего просветления.

«Регламент», таким образом, изображал как цель то, что молодой подвижник вкушал в самом опыте (таким образом, столь несложные слова «Регламента» о претворении ученика «в иного» внутренне были свт. Тихону близки, возможно, на весьма глубоком уровне). Однако праведник еще был не столь искушен в духовном делании, чтобы представить своей пастве со всею глубиной путь к воспроизведению этого опыта преобразования. Склонный к молитвенному уединению еще до епископства, совершенно не стремившийся к высокому сану и неожиданно его

получивший, он, вероятно, чувствовал себя в первые годы своего архипастырства (Новгород, 1761–1763 гг., Воронеж, 1763–1767 гг.) не вполне уверенно в этой высокой должности. Не удивительно поэтому, что он ищет надежную опору для своих действий в положениях «Регламента», подтвержденного авторитетом Императора, Сената и Синода, дающего руководство во всех основных направлениях архипастырской деятельности.

Во-вторых, «Регламент» и помимо указанного места о преображении человека в «иног» декларирует цель христианской жизни вполне корректно: «Ведал бы всяк Епископ меру чести своея... дело пастырское имеет весь поспех и плод от самого Бога, *в сердцах человеческих действующаго*... Убо точию внешнее дело пастырское есть проповедати, настояти, запрещати благовременно и безвременно, и обряды Таин Святых строити. Дело же внутреннее, еже *обращати сердца* к покаянию и *обновлению жития*, есть единого Бога, благодатию Своею чрез слово и тайнодействие пастырей, аки чрез орудие невидимо действующаго» [3, 40–41]. О власти епископа предавать анафеме «Регламент» учит, что она должна использоваться «*в созидание, а не на разорение*» [3, 42], что о тяжком грешнике сперва нужно молиться всей общине верующих «Богу, да *умягчит его жестосердие*, и да *сердце чисто сотворит в нем* и преклонит его к покаянию» [3, 45]. О епископе, объезжающем епархию, в «Регламенте» говорится: «слово скажет к священству и народу *о покаянии истинном*, и всяких, наипаче же священническаго чина должностех» [3, 53]. Так и все священнослужители призываются проповедовать «твердо, с доводом Священного Писания *о покаянии, о исправлении жития*, о почитании властей, паче же самой высочайшей власти Царской, о должностях всякаго чина. Истребляли б суеверие; вкореняли б в сердца людския *страх Божий*. Словом рещи: испытывали б от Священного Писания, что есть *воля Божия*, святая, угодная и совершенная, и то б говорили» [3, 86]. За такие слова не упрекнешь автора «Регламента» ни в протестантизме, ни в формализме (хотя в других отношениях Феофан Прокопович навлек на себя подобные нарекания). Это учение о «истинном покаянии», состоящем в «исправлении» «грубых нравов» и «жестких сердец», «обновлении жизни», «очищении сердца», совершающемся Духом Святым в душах людей через Таинства церковные и проповедь Слова Божия, через жизнь в страхе Божиим, следование воле Божией и исполнение христианами своих обязанностей («должностей»). Данную концепцию «Регламента» было незачем использовать как ориентир молодому благочестивому архипастырю, делающему первые шаги на своем архисложном поприще.

В-третьих, как показывают некоторые проповеди свт. Тихона, он не относился к робким, запуганным людям. Так, около 1769–1770 гг., в начале

Русско-Турецкой войны, будучи уже на покое в Задонском монастыре, свт. Тихон собственноручно написал проповедь «О покаянии». В ней он очень смело обличал продажность судей, жестокость помещиков к крестьянам и упадок нравственности в обществе [5]. Проповедь разошлась в списках в городе Ельце, а затем по доносу игумена Троицкого Елецкого монастыря Климента в Синоде началось следствие, и текст проповеди в результате был запрещен [7, 20–21]. Однако и после этого, в 1773 г., Задонский подвижник, продолжая занимать активную пастырскую позицию, без опаски напоминает о своем существовании Синоду. Он в особом донесении в Синод дерзает испрашивать императорского указа для прекращения бесчинного празднования в Воронеже масленицы (Синод не поддержал этого начинания) [6, 439–441, 707]. Он, как видим, уже создав сочинение «О истинном христианстве» (1768–1771), уже глубоко осознав, что подлинное христианство исходит из союза человеческого сердца с Богом, все еще продолжает верить в позитивную роль определенных элементов административного регулирования (возглавляемого монархом) в деле духовно-нравственного воспитания народа, верит в способность гражданской и церковной власти (сросшейся в указах Синода от лица Императора) слышать пастырей и помогать им административными способами. Признавая, что «всякая власть» «от Бога есть», он рассматривает гражданскую и духовную власть как параллельно восходящие к Богу и одна к другой не сводимые [8, Т. III, § 453–454], чем сближается с древнерусской и византийской традицией симфонии священства и царства, но расходится с идеями Феофана Прокоповича, полностью подчинившего священство царству. Однако свт. Тихон ждет от государственной власти помощи в пастырских трудах: «Благочестивым царям долг надлежит защищать и умножать Церковь святую... о добрых пастырях промышлять, учения полезныя... расширять» [8, Т. III, § 460.7]. При этом русский святой признает за человеком право в некоторых случаях не слушаться властителей: «Так поступали мученики святии... Так ты поступай. Велит тебе твой господин всякую работу отправлять, отправляй: велит неправду делать, обидеть, украсть, солгать, и прочая, не слушай. Грозит за то казнию, не бойся: яко Бога бояться подобает паче... нежели человека, едино тело убивающаго, души же не могущаго убить» [8, Т. III, § 459].

В-четвертых, свт. Тихон, искавший, как мы видели, помощи от узаконений церковных и гражданских даже в 1770-х годах Задонского уединения, тем более искал и находил реальную помощь в правилах «Духовного регламента» в 1760-е годы, когда он, молодой, не подготовленный, неопытный, слабый здоровьем, был неожиданно вынужден нести крест правления огромной и одной из самых нравствен-

но запущенных епархий России. В ту эпоху не было нужды «рабски» следовать «Регламенту», поскольку обращение к его правилам было жизненно необходимым. Все нестроения духовной жизни России, описанные в этом документе, свт. Тихон встречал на каждом шагу своей пастырской деятельности в Воронеже и естественно обращался к «рецептам» «Регламента» за отсутствием других актуальных, современных ответов на эти вызовы времени. Одним из таких вызовов было крайнее невежество как духовенства и кандидатов в духовенство, так и простого народа. С первым свт. Тихон борется открытием, согласно «Регламенту» и насущной необходимостью, славянских школ и семинарий, со вторым — созданием книжечек для простого народа. Эта задача ставится в «Регламенте» следующим образом: «А простому народу... нужно есть сочинить *три книжицы небольшие* (курсив мой. — и. Г.). *Первую* о... догматах веры нашей; тако ж и о заповедях Божиих, в Десятословии заключенных. *Вторую* о собственных всякого чина должностях. *Третью* таковую, в которой собранные будут с разных Святых учителей ясныя проповеди, как о главнейших догматах, так и наипаче о грехах и добродетелях и собственно о должностях всякого чина...» [3, 31]. Никто не заставлял Воронежского архиерея взяться за написание такого рода книжечек «о грехах», «добродетелях» и «должностях всякого чина», «Регламент» не обязывал всех архиереев этим заниматься. Создание «книжечек» для простого народа было желанием сердца самого свт. Тихона, и он отдал этому делу, вместе с подвигом молитвы и милосердия, фактически всю свою оставшуюся жизнь.

В малых сочинениях 1763–1766 гг. он говорит о теме «должностей» вкратце, а к июлю 1767 г. завершает самое крупное сочинение Воронежского периода своей жизни — «Плоть и Дух» [8, Т. I]. Создавая «Плоть и дух», святитель Тихон частично осуществляет замысел третьей «программной» книжицы «Регламента»: на основе «кратких и внятных» цитат из Библии и Св. Златоуста в этом сочинении излагается развернуто учение «о грехах и добродетелях» и элементы учения «о должностях» (обязанностях).

Структура «Плоти и духа» примерно такова: «грехи» — «должности» — «добродетели», порядок разделов еще не вполне соблюден, указанные части смешиваются, например, «должности» попадают внутрь раздела о добродетелях; учение о «должностях» лишь намечено. «Плоть и дух» было, вероятно, написано «на скорую руку» и по болезни святого и по занятости епархиальными заботами, слишком кратки, элементарны, схематичны здесь дополнения Св. Тихона к цитатам Писания и Св. Златоуста. Это простенькие поучения для «простейшего народа», как и предусматривает «Регламент».

В 1768–1771 гг. свт. Тихон на покое в Толшевском, а затем в Задонском монастыре создает гигантскую энциклопедию духовной жизни на простом народном

языке под названием «О истинном христианстве» [8, Т. II–III]. Ее структура вновь соответствует «Регламенту»: «грехи» — «добродетели» — «должности». Однако эти части уже связаны цельным учением о благодатном покаянном переходе от греха к добродетели и затем к жизни во Христе и Его Церкви, жизни в вере, которая приносит плоды в исполнении «должностей» христианских. При этом, свт. Тихон, «нащупав» целостный подход к духовной жизни, своеобразную аскетику для мирян, не был удовлетворен своей работой. Сочинение «О истинном христианстве» по своему великому объему не подходило для чтения в храмах простому народу, как проектировал «Регламент». Стараясь сделать учение Христово подлинно доступным для всех слоев общества, Задонский праведник на основе опыта, полученного им при написании «О истинном христианстве», создает небольшие по объему шедевры духовной литературы XVIII в. Это «Краткие нравоучительные слова» (ок. 1776–1777 гг.) и «Наставление христианское» (ок. 1778 г.) [8, Т. V].

Уже после кончины (1783 г.) свт. Тихона по инициативе митрополита Гавриила (Петрова) эти два сочинения были особым образом соединены воедино и изданы в 1788 г. под названием «Наставление о собственных всякого христианина должностях». Но уже при подготовке этого текста к печати, в 1787 г., Синод признал именно эту книжицу второй составляющей трилогии, предусмотренной «Регламентом», тогда как первой книжицей признал «Православное учение или Сокращенная христианская богословия» (издана в 1765 г.) митр. Платона (Левшина), а третьей книжицей — «Краткия поучения из разных св. отец и учителей» митр. Гавриила (Петрова), изданные в 1780 г. [1, 394–395]. Таким образом, потребовалось 67 лет для осуществления идеи «Регламента» о трех книжках для народа. Однако это осуществление не стало точным исполнением замысла «Регламента»: по мнению П. В. Верховского, «эти книги вовсе не были малыми «книжками». ... Широкого употребления они не получили ни в качестве наставления для ставленников, ни в качестве катехизических чтений для народа» [1, 396]. Думается, что ошибкой митр. Гавриила (Петрова) и Синода было объединение двух, действительно малых, книжиц свт. Тихона в одну, и публикация этой объединенной книги славянским шрифтом. Несмотря на то, что объединенная книга «Наставление о собственных всякого христианина должностях» выдержала огромное число изданий в XIX вв., вполне возможно, что эта инициатива Синода не получила масштабного отклика в народе. Одной из причин этого могло быть указанное искажение Синодом первичного замысла самого свт. Тихона. Он создавал краткие книги на легком, народном языке, Синод же скомпилировал книгу удвоенного объема и напечатал ее отпугивающим славянским шрифтом.

Тем не менее, своими поздними произведениями («Краткие нравоучительные слова», «Наставление христианское», «Сокровище духовное, от мира собираемое») свт. Тихон Воронежский (Задонский) внес важный вклад в создание русского литературного языка. Он ориентировался, во-первых, на указание «Регламента» о создании «книжечек» для простого народа (что соответствовало и идеям Петра I о создании универсальной книги на языке доступном как для горожан, так и для поселян [11, 107–108]), во-вторых, на свой богатырский и личный опыт общения с простым людом Воронежской глубинки, в-третьих, опирался при создании своих текстов на выполненный Симеоном Тодорским и изданный в Галле в 1735 г. миссионерский перевод сочинения «О истинном христианстве» И. Арндта на несколько «сниженный» славяно-русский язык. Как показывают исследования, переводы Симеона Тодорского, выполненные в Германии, преследовали цель преподнести тексты о христианской нравственности и благочестии на языке, доступном для всех русских людей [11, 107–111].

Таким образом, тексты свт. Тихона приучали пастырей (молодой свт. Филарет Московский еще в 1815 г. приобрел самое первое «полное собрание сочинений» свт. Тихона Задонского 1801 г. [5, 421]), назидая паству, а значит и всегда, постоянно, говорить на народном языке. Тем самым возвышался и сам общенародный русский язык, в истории духовного обогащения и возвышения которого свт. Тихон оказывается, таким образом, одним из предшественников А. С. Пушкина. Легкий же слог и поэзия русскоязычных «Кратких нравоучительных слов» свт. Тихона служат тому подтверждением и ждут пристального внимания ученых филологов.

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

Мельников Д. В. (Иеромонах Гавриил), клирик Задонского Рождество-Богородицкого мужского монастыря, старший преподаватель Липецкого государственного педагогического университета имени Семенова-Тян-Шанского, кандидат богословия СПбДА

ЛИТЕРАТУРА

1. Верховской П. В. Учреждение Духовной коллегии и «Духовный регламент» / П. В. Верховской. — Р.-н/Д., 1916. — Т. 1. — 690 с.
2. Гавриил (Мельников Д. В.) иеромонах. Ранние произведения Св. Тихона Задонского и эволюция его взглядов / Д. В. Мельников // «Вестник Русской христианской гуманитарной академии», год 2018, том 19, выпуск 1. — С. 63–72.
3. Духовный Регламент. — М.: 1818 г. — 255 с.
4. Олейников. Т. Святитель Тихон в Воронеже / Т. Олейников // Воронежская старина. — Воронеж: Издание Воронежского церковно-археологического комитета, 1915–16 гг. — С. 3–88.
5. Прилежаев Е. И. Одна из неизданных проповедей св. Тихона Задонского / Прилежаев Е. И. // Христианское чтение. — 1878. — № 9–10. — С. 413–422.
6. Святитель Тихон Задонский: Избранные труды, письма, материалы. — М.: ПСТГУ, 2004. — 752 с.
7. Секретарь Л. А. Новгородская духовная семинария. История в лицах / Л. А. Секретарь — Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2014 г. — 255 с.
8. Тихон Задонский, свт. Творения — М., 1889. — Т. I–V.
9. Записки о святителе Тихоне его келейников В. И. Чеботарева и И. Ефимова // Тихон Задонский, свт. Творения — М., 1889. — Т. V — 58 с.
10. Цыпин Владислав, прот. Высшее управление Русской Православной Церкви. 1700–1999 гг. // Православная энциклопедия. Русская Православная Церковь. — М.: Церковно-научный центр «Православная энциклопедия», 2000 г. — С. 213–229.
11. Челбаева Т. «Русские книги» из Галле в дискурсе формирования русского литературного языка нового типа / Т. Челбаева. — Диссертация. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 2015. — 284 с. — Режим доступа: <https://d-nb.info/1116950537/34> (дата обращения 30.01.19).

Lipetsk state pedagogical University P. P. Semenov-Tyan-Shansky

Melnikov D. V. (Hieromonk Gabriel), a clergyman of Zadonsk Mother of God Nativity Monastery, a senior teacher of the Lipetsk State Pedagogical University named after Semyonov-Tyan-Shansky, a Ph.D. in Theology area, SpbDA.

ОБОЗНАЧЕНИЯ ЛИЦ РАЗНОГО ПОЛА В «СЛОВАРЕ ЦЕРКОВНО-СЛАВЯНСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКА» 1847 Г.

Е. А. Новикова

*Калужский государственный университет имени К. Э. Циолковского,
филологический факультет, кафедра русского языка*

Поступила в редакцию 16 января 2019 г.

Аннотация: в статье представлены некоторые особенности и закономерности фиксации гендерных компонентов семантики обозначений лиц в «Словаре церковно-славянского и русского языка» 1847 г. Часть имен лиц женского пола коррелируют с обозначениями лиц мужского пола, корреляция может сопровождаться большим (меньшим) числом значений у имен того или иного рода; обширная группа имен лиц женского пола не имеет корреляции с именами лиц мужского пола. Толкования имен лиц разных полов неоднородны: через архисему «человек» или компонент смысла «женщина», с помощью родового окончания причастия, подбором синонимов; толкования по модели «жена того, кто назван мотиватором», «лицо женского пола той же профессии», «дочь того, кто назван мотиватором». Некоторые слова совмещают в себе несколько моделей толкования.

Ключевые слова: имена лиц, грамматический род, гендерная семантика, корреляция по полу, модели построения толкования.

Abstract: the article presents some of the features and patterns of fixing gender components of the semantics of persons in the "Dictionary of Church Slavonic and Russian" in 1847. Some of the names of females correlate with the symbols of males, the correlation may be accompanied by a greater (smaller) number of meanings of another kind. A large group of female names does not correlate with the names of males. Interpretations of the names of persons of different genders are heterogeneous: through the archiseme "man" or the meaning component "woman", with the help of the gender ending of the participle, the selection of synonyms; interpretations according to the model "the wife of the one who is named by the motivator", "the female person of the same profession", "the daughter of the one who is named by the motivator". Some words combine several interpretation models.

Keywords: names of persons, grammatical gender, gender semantics, sex correlation, models of interpretation construction.

Целью нашего исследования является анализ семантики следующих номинаций лиц, отмеченных в Толковом словаре 1847 года [1, 4–491]: 1) имена, имеющие корреляцию по полу; 2) имена, не имеющие корреляции по полу; 3) общее и особенное в построении словарных толкований имен лиц разных полов.

Данные Толкового словаря 1847 года свидетельствуют о том, что имена лиц, представленные в нем, могут быть поделены на ряд групп [2, 21].

1. Большое число лексем составляет семантически соотносительные пары, в которых слова тождественны по семантике в архисеме и дифференциальной семе, однако различаются коннотациями отнесенности к полу и морфологическим родом, обозначенным или одним окончанием, выполняющим функции родовой форманты, или производящим суффиксом и окончанием [3, 58]. Это наименования лиц:

1.1 по профессии: аббат-аббатиса, актер-актриса, арфист-арфистка, балетчик-балетчица, банщик-банщица, батрак-батрачиха, бахромщик-бахромщица,

блинник-блинница, живописец-живописица, лицедей-лицедейка, разносчик-разносчица и др.;

1.2 по ряду непрофессиональных занятий, социальному статусу, особенностям поведения [4, 1–23] и др.:

азбучник-азбучница, грабитель-грабительница и др.;

дворянин-дворянка, граф-графиня, раб-раба и др.;

балагур-балагурка, бахвал-бахвалка, бедокур-бедокурка, бездельник-бездельница, жрун-жрунья, развратитель-развратительница и др.;

арап-арапка, брюнет-брюнетка и др.

Часть слов, составляющих пары «мужской-женский род», имеет словообразовательные либо лексические варианты [5, 440–450]: благодетель-благодетельница = благотворитель-благотворительница, брюхан = брюхач-брюханья, жатель-жательница = жнея-жнец, радетель = радельник = радельщик-радетельница = радельщица и др.

1.3 Корреляция по полу может сопровождаться большим/меньшим числом значений у имен того или иного рода [5, 450–459]:

Работник — 1) 'работающий у другого из найма', 2) церк. 'служитель, прислужник', 3) 'должность свою усердно отправляющий'.

Работница — 'работающая у другого из найма'.

Разбойник — 1) 'производящий разбой, грабитель', 2) стар. 'убийца' 3) 'человек буйный, обидчик'.

Разбойница — 1) 'производящая разбой, грабительница', 2) 'женщина буйная, обидчица'.

Жилец — 1) 'нанимающий у кого-либо дом или комнату для жительства, постоялец', 2) 'с отрицанием говорится о больном, которого жизнь безнадежна', 3) стар. 'уездный дворянин, живший в столице при государе'.

Жилица — 1) 'нанимающая у кого-либо дом или комнату для жительства, постоялица', 2) с отрицанием говорится 'о больной, жизнь которой безнадежна'.

Алтынник — 1) 'бывшая в употреблении русская ходячая монета в три копейки', 2) прост. 'мелкий взяточник'.

Алтынница — 'мелкая взяточница'.

Часть имен лиц мужского и женского пола различаются также дифференциальными семами [5, 443–459].

Башмачник — 'ремесленник, шьющий башмаки'. Башмачница — 'ремесленница, шьющая *женские* башмаки'.

Брыкун — 'брыкливое животное'. Брыкуня — 'привыкшая брыкаться'.

2.1 Ряд имен лиц женского пола не имеет корреляции с именами лиц мужского пола по профессии [3, 529].

Ср.: амма, горничная, беловшивка, блондочница, фрейлина, повитуха, прачка, модистка...

2.2 Часть имен лиц женского пола не имеет корреляции с обозначениями лиц мужского пола по непрофессиональным занятиям и особенностям поведения [2, 22–23]:

Богоневеста — церк. 'дева, уневестившаяся Богу'.

Богоугодница — церк. 'угождающая Богу'.

Большица — 'старшая жена магометанина'.

Жена — 1) церк. 'женщина', 2) 'замужняя женщина'.

3. В «Словаре церковно-славянского и русского языка» 1847 года коррелирующие имена лиц разных полов толкуются по-разному [5, 443–459].

3.1 У части существительных мужского рода сначала указывается архисема «человек», у существительных женского рода — компонент смысла «женщина», дифференциальные семы тождественны [6, 310].

Брезгун — 'брезгливый человек'. Брезгунья — 'брезгливая женщина'.

Разумник — 'человек очень умный'. Разумница — 'женщина очень умная'.

3.2 В других толкованиях лексических значений гендерная принадлежность имени лица определяется родовым окончанием причастия.

Баклушник — 'проводящий время без всякого

дела'. Баклушница — 'проводящая время безо всякого дела'.

Разъемищик — 'разнимающий ссору, драку'. Разъемищица — 'разнимающая ссору, драку'.

3.3 Третий вариант толкования с использованием актуальных синонимов отмечен по отношению к заимствованным и устаревшим словам.

Анепсий — церк. 'племянник'. Анепсия — церк. 'племянница'.

Братучадо — племянник. Братучада — племянница.

3.4 Очень редко толкование лексического значения слов дается через подбор синонимов, относящихся к существительным общего рода, сопровождается использованием причастия с соответствующим родовым окончанием [7, 702–706].

Баальник — 'ворожея, промышляющий ворожбой'. Баальница — 'ворожея'.

3.5 Особое место занимают имена лиц женского пола, называющие «жену того, кто назван мотиватором». Это обширная группа слов с разными суффиксами [7, 702–706]: адмирал-адмиральша, аптекарь-аптекарьша, барабанщик-барабанщица, барон-баронша, бобыль-бобылиха, бриллианщик-бриллианщица, бронзовщик-бронзовщица.

3.6 Однако есть примеры, в которых (хотя и реже) совмещаются значения «лицо женского пола той же профессии» и «жена того, кто назван мотиватором» [7, 702–706].

Булочник — 'пекущий и продающий булки, крупитчатые и ситные хлебы'. Булочница — 1) 'жена булочника', 2) 'торгующая булками'.

3.7 Особняком стоят слова типа «боярышня», архисема — «дочь того, кто назван мотиватором».

Барышня — 'незамужняя дочь барина или вообще благородного отца'.

Богатична — церк. 'дочь богатого человека'.

3.8 Некоторые слова совмещают в себе значения «дочь того, кто назван мотиватором», «супруга того, кто назван мотиватором».

Ср.: баронесса — 'супруга или дочь барона'.

3.9 Очень редко имена лиц мужского пола толкуются через мотивирующее слово, обозначающее лицо женского пола [7, 702–706].

Женима — церк. стар. 'наложница'. Женимищ — стар. 'сын наложницы'.

Рабицищ (рабынич) — церк. 'рожденный рабыней' [8, 48–51].

В статье представлены некоторые особенности и закономерности фиксации гендерных компонентов значений имен лиц в «Словаре церковно-славянского и русского языка» 1847 г.

Коррелируют пары имен лиц, имеющих общую семантику на уровне архисем и дифференциальных сем, но различающихся коннотацией пола и морфологическим родом. Этот процесс наблюдается в таких лексико-семантических группах, как: имена лиц

по профессии, по ряду непрофессиональных занятий, социальному статусу, особенностям поведения. Часть таких лексем имеет словообразовательные либо лексические варианты. Корреляция по полу может сопровождаться большим/меньшим числом значений у имен того или иного рода. Отмечаются случаи, когда имена, обозначающие лиц мужского и женского пола, различаются также дифференциальными семами.

Не имеют корреляции с именами лиц мужского пола некоторые наименования женщин по профессии, по непрофессиональным занятиям и особенностям поведения.

Толкования коррелирующих имен лиц разных полов может даваться различно: с обозначением архисемы «человек», через компонент смысла «женщина»; в ряде толкований гендерная принадлежность имени лица определяется родовым окончанием причастия. Очень редко толкование лексических значений дается через подбор синонимов. Обширная группа слов с разными суффиксами толкуется по модели «жена того, кто назван мотиватором». Есть примеры, которые имеют толкования типа «лицо женского пола той же профессии», «дочь того, кто назван мотиватором». Некоторые слова совмещают в себе несколько моделей толкования. Очень редко имена лиц мужского пола толкуются через мотивирующее слово, обозначающее лицо женского пола.

Таким образом, анализ «Словаря церковно-славянского и русского языка» 1847 г. свидетельствует о том, что гендерный компонент семантики в обозначениях лиц разных полов (как коррелирующих между собой, так и не коррелирующих) отмечается в словарных статьях регулярно, однако выражены

такие компоненты значений могут быть разными способами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Словарь церковно-славянского и русского языка. — СПб.: типография Императорской Академии Наук, 1847. — 491 с.
2. Четырина А. М. Лексикографическое представление фрагмента языковой картины мира: религиозная лексика в «Словаре церковно-славянского и русского языка» 1847 года / А. М. Четырина. — автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб, 2008. — 23 с.
3. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) / В. В. Виноградов. — М.: Высшая школа, 1972. — 412 с.
4. Вашаломидзе М. С. Просторечная и простонародная лексика «Словаря церковно-славянского и русского языка» 1847 года: автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. С. Вашаломидзе. — Тбилиси, 1967. — 23 с.
5. Винокур Г. О. О славянизмах в современном русском литературном языке // Винокур Г. О. Избранные работы по русскому языку. — М.: Гос. уч.-пед. изд-во Мин-ва просвещения РСФСР, 1959. — С. 443–459.
6. Шанский Н. М. Очерки по русскому словообразованию / Н. М. Шанский. — М.: Издательство Московского университета, 1968. — 310 с.
7. Апресян Ю. Д. Избранные труды: Т. 2: Интегральное описание языка и системная лексикография / Ю. Д. Апресян. — М.: Языки русской культуры, 1995. — С. 702–706.
8. Востоков А. Х. Рассуждение о славянском языке / А. Х. Востоков // Звсгинцев В. А. История языкознания XIX и XX веков в очерках и извлечениях. Часть I. — М.: Гос. учебно-пед. изд-во министерства просвещения РСФСР, 1960. — С. 48–51.

Калужский государственный университет

Новикова Е. А., аспирантка кафедры русского языка филологического факультета

E-mail: ek.aleks@mail.ru

Kaluga State University

Novikova E. A., Postgraduate Student of the Russian Language Department of the Faculty of Philology

E-mail: ek.aleks@mail.ru

ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА АКЦЕНТУАЦИИ ТЕКСТОВЫХ ДОМИНАНТ В ЖАНРЕ УСТНОГО РАССКАЗА: ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

С. В. Первухина

Ростовский государственный университет путей сообщения

Поступила в редакцию 5 сентября 2018 г.

Аннотация: данная статья посвящена изучению способов акцентуации текстовых доминант в жанре устного рассказа. Анализируя видеозапись инсценированного рассказа, нам удалось описать способы выражения текстовых доминант на лингвистическом и паралингвистическом уровнях. Выявлено, что в устном рассказе текстовые доминанты акцентуются вербальными, кинетическими и фонационными способами.

Ключевые слова: жанр устного рассказа, семейный дискурс, гендер, виды жестов, паралингвистика, речевой акт.

Abstract: this article analyses means of accentuation of text dominants in the genre of oral short stories. While analysing video recording of a dramatized tale, we were able to describe means of expression of text dominants at linguistic and paralinguistic levels. It has been found out that text dominants are accentuated by verbal, kinetic and phonation means.

Keywords: genre of oral short stories, family discourse, gender, kinds of gestures, paralinguistics, speech act.

Ранее устные рассказы изучались исключительно фольклористикой, существенный вклад в развитие этого направления сделал В. Я. Пропп [1]. Несмотря на лингвокультурное разнообразие изучаемых текстов, их тематика вращается вокруг единого стержня — быт, уклад жизни, семья, неведомые силы, которые могут повлиять на человека и происходящее вокруг него. При устном общении коммуниканты привлекают внимание собеседника и акцентируют какую-то информацию с помощью вербальных и невербальных (фонационных и кинетических) средств [2].

Антропоцентрическое направление современной филологии выделяет связь интонационных характеристик речи и прагматических, что прослеживается в работах Т. М. Власовой 2013, Е. С. Кудиновой 2010, М. А. Бурак 2017, А. В. Баламаковой 2010, Л. К. Цеплитис 1974, D. L. Bolinger 1957 и др. Лингвисты, работающие в этой области, ставят задачи исследовать закономерности комбинирования просодических компонентов. Г. Е. Крейдлин отмечает, что жесты, мимика и позы человека во время коммуникации способны передавать смыслы наравне с речевыми единицами, существует «невербальная концептуализация мира» [3].

В данной статье анализируется в видеозаписи устный рассказ «The Leopard Woman» [4]. Мы поставили цель рассмотреть, какие текстовые доминанты обнаруживаются в данном рассказе и как они акту-

ализируются посредством вербальных, кинетических и фонационных средств. К устным народным рассказам традиционно относят прозаические произведения или произведения фольклора, стоящие на грани бытовой речи и художественного творчества [5]. С помощью современных технологий видеозаписи возможно сохранение, передача и анализ таких текстов.

Выбранный нами рассказ относится к семейному дискурсу: участники коммуникации — члены семьи, диалоги осуществляются между мужем и женой. Ситуация общения — бытовая, в которой распределяются семейные обязанности по заботе о семье и пропитании. В этих диалогах подчеркивается статусность — кто в семье главный, эту идею мы считаем доминантной, поскольку находим ее многократное проявление на вербальном и невербальном уровнях коммуникации.

Вопрос статуса неоднократно поднимался в социолингвистике и прагмалингвистике. В исследованиях В. И. Карасика статус рассматривается как лингвопрагматическая категория, он подтверждается речевыми актами. Коммуникант может повышать или понижать свой статус или статус собеседника посредством определенных речевых действий [6]. В семейном дискурсе статус видится важной коммуникативной категорией, влияющей на взаимоотношения коммуникантов. В зависимости от статуса коммуникант выбирает вид речевого акта: просьба или приказ, объяснение или констатация, приговор или оправдание и т. д. Ста-

туса супругов зависит от социального строя заданной культуры — в патриархальном строе мужчина обладает более высоким статусом, чем женщина, в матриархальном — наоборот. Гендер определяет статус коммуниканта, при этом никакие другие параметры не важны (возраст, семейное положение, наличие или отсутствие детей и т.д.).

Композиционно рассказ «The Leopard Woman» можно разделить на три части: завязку (жена в облике женщины), кульминацию (жена в облике леопарда) и развязку (жена в облике женщины). Текстовая доминанта раскрывается во всех частях рассказа посредством статусно-маркированных речевых актов; герой, обладающий высоким статусом, подчеркивает это мимикой и жестикуляцией. Приведем примеры вербальной, фонационной и кинетической составляющей текстовых доминант этого рассказа в речевом поведении мужа:

Wife! I'm hungry. (Жена! Я голоден. — Перевод здесь и далее — наш. С. П.) — Нисходящий тон, падение тона на слове *hungry*. Мимика: движение бровями вверх на слове *hungry*.

You have the ability to turn yourself into a leopardess. (У тебя есть способность превращаться в леопарда) — Падение тона на слове *You*. Жестикуляция: указывающий жест пальцем на собеседника.

Put down the baby, transform yourself, chase down that herd of bush cows, catch one bush calf for me, bring it back, change yourself back into a woman, skin it, clean it, cook it, prepare the way I like it, and feed me. (Положи ребенка, превратись [в леопарда] и погонись за стадом тапиров. Поймай одного для меня, принеси его, превратись обратно в женщину, освежуй, очисти, приготовь, сделай как я люблю и накорми меня). — Выделение интонационно глаголов-указаний, голос четкий, ритмичный, уверенный. Последовательность жестов: указывающий жест пальцем в сторону (на добычу), круговой жест пальцем, указывающий жест пальцем в сторону (на добычу), указательный палец вверх, взмах рукой на каждый глагол-указание.

Приведем примеры вербальной, фонационной и кинетической составляющей текстовых доминант этого рассказа в речевом поведении жены:

My husband, are you not a hunter? (Мой муж, разве ты не охотник?) — восходящий тон. Жестикуляция: поворот головы из стороны в сторону (жест недоумения или непонимания).

Husband, there's something I must say (Муж, я должна сказать тебе кое-что) — Восходящий тон. Жестикуляция: взмах указательным пальцем вверх и вперед.

Remember, my name is woman, (Помни, меня зовут женщина) — Нисходящий тон. Жестикуляция: указательный палец обращен к себе.

and I am capable of anything you'll ask of me, (И я способна на все, что ты попросишь) — Нисходящий тон. Жестикуляция: покачивание ладонью, обращенной к собеседнику из стороны в сторону.

so in future, be careful of what you ask. (поэтому в будущем будь осторожнее с тем, что ты просишь). — Нисходящий тон. Жестикуляция: взмах указательным пальцем вверх на каждое слово во фразе.

Приведем примеры вербальной, фонационной и кинетической составляющей текстовых доминант этого рассказа в речевом поведении рассказчика:

That woman, that woman, her eyes became the eyes of a leopard, that woman, that woman, her teeth became the teeth of a leopard. And her hands became the paws of a leopard. And her back became the back of a leopard. And her skin became the fur of a leopard. And her heart became the heart of a leopard. (Та женщина, та женщина, ее глаза стали глазами леопарда. Та женщина, та женщина, ее зубы стали зубами леопарда. И ее руки стали лапами леопарда. И ее спина стала спиной леопарда. И ее кожа стала мехом леопарда. И ее сердце стало сердцем леопарда) Ударный тон на словах *woman, eyes, leopard, teeth, hands, paws, back, skin, fur, heart, leopard*. Жестикуляция: ритмичные хлопки в ладоши, по три хлопка на каждую фразу. Указывающий жест пальцем в сторону собеседника (слушателя) на словах *the heart of a leopard*.

Примеры выше показывают вербальную составляющую текстовой доминанты главенства в семье, которая выражается в статусно-маркированных речевых актах: муж дает указания жене вербально, подчеркивая их жестикуляцией и тембром голоса. Вербальное и невербальное поведение жены в начале рассказа имеет подчиненный характер, а в конце рассказа наблюдаются признаки доминирования (использование повелительного наклонения, нисходящего тона, доминирующей жестикуляции). Ранее В. З. Демьянков подчеркивал, что речевой акт способен менять социальный статус коммуникантов [7]. Мы наблюдаем это на примере нашего материала: в третьей части рассказа статус мужа снижается, а статус жены повышается (рассказчица показывает это мимикой, жестами, тембром голоса).

Рассказчица использует четыре тембра голоса в своей истории, инсценируя героев своего рассказа: муж, жена, женщина-леопард и сам рассказчик (автор). Для инсценирования речи мужчины используется более грубый и низкий голос (контральто), для речи женщины — более высокий и мягкий (высокое меццо-сопрано). Речь от лица рассказчика произносится более нейтральным тоном — средняя высота по сравнению с персонажами (меццо-сопрано). Для изображения рыка леопарда рассказчица прибегает к звукоподражанию, а также соответствующей мимике (изображение звериного оскала). Для иллюстрации слов мужа в первой части рассказа используется нисходящий тон. Он подчеркивает его высокий социальный статус: муж дает указание своей жене, это отражается в понижении тона, отчетливой жестикуляции, мимике. Для описания жены, занимающей более низкий социальный статус, в первой

части рассказа рассказчица применяет восходящий тон, более мягкий тембр голоса, ее жестикуляция и мимика выражают неуверенность. Во второй части рассказа в разговоре с мужем жена использует нисходящий тон, который выражает более высокую социальную позицию, а также применяется жестикуляция, характерная для более высокой социальной позиции (указывающие жесты).

Кинетические средства при произнесении речи от имени рассказчика направлены на диалогичность; отметим следующие тактики привлечения внимания рассказчика: положение тела (наклон корпуса и головы вперед), мимика (выражение глаз), жестикуляция (взмах указательным пальцем). Интересен особый способ маркирования кульминационных и мистических моментов рассказа — превращение женщины в леопарда — с помощью ритмических хлопков. Они создают ритуализованность, дают метафорическую отсылку к магическим ритуалам с барабанами.

Один и тот же жест может неоднократно подчеркивать текстовую доминанту в рамках одного текста. В анализируемом рассказе один из частотных жестов — это указательный палец, обращенный к собеседнику. Этот жест является дейктическим, т.е. указывает на некоторый референт (присутствующий или воображаемый) или точку во времени или пространстве. В некоторых предложениях этот жест используется однократно, в некоторых он дублирует каждое слово в предложении. Например, при произнесении фразы «*I am your husband*» этот жест повторяется четыре раза при произнесении каждого слова. Таким образом, жест акцентирует здесь высокий статус говорящего, что является идеей текстовой доминанты. Материал нашего исследования указывает на полисемию жестов. Так, взмах указательным пальцем, обращенным к собеседнику может указывать на референт, а может служить для акцентирования внимания собеседника к произносимым в это вре-

мя словам. В этом значении он употребляется в репликах рассказчика, например, на слове *when* в следующей реплике: «*When he was satisfied that his wife was back to her true self, he said...*» (Когда он остался довольным тем, что его жена приобрела свой прежний облик, он сказал...).

Использование разнообразных тембров, мимики и жестикуляции позволяет создать театрализованность устного рассказа, воплотить яркие и неповторимые образы героев, а также способно подчеркнуть текстовые доминанты и актуализировать смысл текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пропп В. Я. Фольклор и действительность / В. Я. Пропп. — М.: Наука, 1976. — 326 с.
2. Николаева Ю. В. Жесты, которые оформляют устный рассказ // Когнитивная наука в Москве: новые исследования. Мат.-лы конф. 15 июня 2017 г. Под ред. Е. В. Печенковой, М. В. Фаликман. — М.: ООО «Буки Веди», ИППИП, 2017. — С. 545–549.
3. Крейдлин Г. Е. Иконические жесты в дискурсе / Г. Е. Крейдлин // Вопросы языкознания. — 2006. № 4. — С. 46–49.
4. Blake Jan. The Leopard Woman. — Режим доступа: <https://yandex.ru/video/search?text=theleopardwomanjanblake&path=wizard&noreask=1> (доступен 06.09.2018)
5. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. — 2-е изд., доп. — М.: Большая рос. энцикл., 2002. — 709 с.
6. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик // М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос пед. ин-т, 1992. — 330 с.
7. Демьянков В. З. «Теория речевых актов» в контексте современной лингвистической литературы (обзор направлений) / В. З. Демьянков // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 233.

Ростовский государственный университет путей сообщения

Первухина С. В., профессор кафедры «Иностранные языки»

E-mail: s_pervuhina@mail.ru

Rostov State Transport University

Pervukhina S. V., Professor of the Foreign Languages Department

E-mail: s_pervuhina@mail.ru

«ЗАЩИТА ПОЭЗИИ» Ф. СИДНИ: ГУМАНИСТЫ ПРОТИВ ПУРИТАН

М. К. Попова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 24 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье рассмотрена полемика XVI в. о роли искусства в обществе между пуританами и гуманистами, сопоставлены взгляды на литературу, музыку, театр С. Госсона, Т. Лоджа, Ф. Сидни.

Ключевые слова: «Школа злоупотреблений» Стивена Госсона, «Ответ “Школе злоупотреблений”» Томаса Лоджа, «Защита поэзии» Филиппа Сидни

Abstract: the paper deals with the XVI- th century controversy between the puritans and humanists on the role of art in the society and compares the understanding of literature, music and theatre by S. Gosson, Th. Lodge, Ph. Sidney.

Keywords: «Schoole of Abuse, conteining a plesaunt Invective against Poets, Pipers, Plaiers, Jesters &c» by Steven Gosson, «A Reply to Steven Gosson's Schoole of Abuse». In Defence of Poetry, Musick, and Stage Plays» by Thomas Lodge, «The defense of Poetry» by Phillip Sidney

«Защита поэзии» (The Defense of Poesie) Филиппа Сидни (1554–1585), написанная между 1578 и 1583, при жизни автора свет не увидела. Она появилась только в 1595 г., причем публикация трактата сопровождалась некоторыми недоразумениями. Никто Генри Олни весной 1595 г. выпустил тираж книги под заглавием «Апология поэзии» (An Apologie for Poetry. Written by the right, noble, vertuous and learned Sir Phillip Sidney), но текст не был авторизован — то есть не внесен в книгу регистраций Stationers' Company, существовавшей в Лондоне с 1403 г. Во второй половине XVI века компания являлась монополистом в издательском деле, поскольку только регистрация в ее книге (за сумму 4–6 пенсов) давала право на издание и продажу того или иного сочинения. Олни не зарегистрировал свою «Апологию поэзии» и не имел права ее распространять. Ситуацией воспользовался Уильям Понсоби (1546?–1604), который зарегистрировал подготовленное им издание под заголовком «Защита поэзии» еще в ноябре 1594 г. Олни пришлось прекратить продажу и передать нереализованные экземпляры сочинения Сидни Понсоби, который поменял на них титульный лист и продавал вместе со своим тиражом.

Успех У. Понсоби в этом противостоянии был обусловлен прежде всего действием правил, но также и его репутацией лучшего лондонского издателя. Именно он издавал все сочинение Э. Спенсера, а также выпустил два варианта сидниевской «Аркадии» (1590 и 1593) и фолио 1598 г., подготовленное сестрой поэта Мэри Пемброук. В том входили оба варианта «Аркадии», «Защита поэзии» и сонетный цикл «Астрофил и Стелла». Как бы то ни было, в настоящее время на английском языке трактат Ф. Сидни

публикуется под обоими названиями, предложенными первыми издателями.

Филипп Сидни, придворный, дипломат и воин, проживший короткую, но яркую жизнь, давно стал знаковой фигурой английской культуры. Его личности и творчеству посвящены многочисленные труды англоязычных ученых. По свидетельству В. К. Шереметьевой, к началу XXI века зарубежная библиография насчитывала около «2850 наименований, включая как собственно издания текстов писателя, так и многочисленные научные исследования, посвященные этому легендарному автору» [1]. В упомянутой выше статье можно найти обзор и критический разбор наиболее интересных англоязычных трудов о Ф. Сидни. В отечественной научной литературе работ, посвященных личности и творчеству интересующего нас автора, немного. Отчасти это можно объяснить тем, что переводы его сочинений на русский язык появились сравнительно недавно [2; 3]. Основное внимание российские исследователи последних десятилетий уделяют яркой ренессансной личности поэта [4] и его роману «Аркадия» [5; 6; 7], русскоязычная библиография работ о «Защите поэзии» едва ли не сводится к статье Л. Володарской в томике «Литературных памятников», уже почти сорокалетней давности [8].

Такая ситуация не представляется справедливой, «Защита поэзии» Ф. Сидни однозначно высоко оценивается всеми, кто о ней писал. Л. И. Володарская называет ее «первым теоретическим обоснованием гуманистической литературы в Англии» [8, с. 294]. Н. Мамброл характеризует «Защиту» как «порождающий (seminal) текст» [9]. По мнению Р. Левао, трактат Сидни является «одним из наиболее дерзких документов ренессансной критической мысли» [10, р. 223]. Количество таких оценок можно существенно

увеличить. Но, думается, уже приведенные вполне демонстрируют большую значимость интересующего нас произведения для истории английской критической мысли, что оправдывает скромную попытку анализа «Защиты», предпринимаемую в настоящей статье.

Обращаясь к этому произведению, следует, на наш взгляд, постоянно иметь в виду ряд фактов. Во-первых, в момент, когда Ф. Сидни над ним работал, английский ренессансный театр еще находился в стадии формирования, его расцвет, связанный с именем Шекспира, был еще впереди. Во-вторых, в Англии еще не было национальной поэтики, «Искусство английской поэзии» Джорджа Путтенгема будет опубликовано только в 1589 году. В-третьих, Ф. Сидни был знаком с забытой в Средние века и заново открытой в начале XVI в. «Поэтикой» Аристотеля, которая стала своего рода теоретической основой его труда. В-четвертых, в Италии уже были созданы истолкования и комментарии к «Поэтике» Аристотеля (латинский комментарий Франческо Робортелло, 1548; «Объяснения к “Поэтике” Аристотеля» Винченцо Маджи и Бартоломео Ломбарди, 1550; «Перевод и толкование “Поэтики” Аристотеля» Кастельветро, 1570), с которыми Сидни мог быть знаком. В-пятых, английскому поэту, скорее всего, были также известны такие сочинения итальянских авторов, как трактат «О поэте» Антонио Минтурно (1559), «Семь книг поэтики» Скалигера (1561), «Поэтика» Триссино (1562), а также «Защита и прославление французского языка» (1549) французского гуманиста Жоашена дю Белле [подробнее см.: 11]. Имя Скалигера, например, он упоминает в своем трактате.

Поводом для создания анализируемого нами произведения послужила книга Стивена Госсона (ок. 1555–1623/24) «Школа злоупотреблений, содержащая приятное осуждение поэтов, дудочников, актеров, шутов и тому подобных трутней в стране» (School of Abuse, containing a pleasant Invektive against Poets, Pipers, Plaiers, Jesters &c., 1579), которую автор посвятил Ф. Сидни. По мнению А. А. Аникста, посвящение возникло в результате некоего недоразумения: «Госсон был знаком с вельможным гуманистом сэром Филиппом Сидни. Он, по-видимому, слышал, как Сидни критиковал пьесы народного театра за несоблюдение “правил” Аристотеля. Полагая, что Сидни поддержит его, Госсон посвятил ему свою “Школу злоупотреблений”, не спросив предварительно на это разрешения» [12]. Госсон не был ни первым, ни единственным из пуритан, резко критиковавшим театр. Театральные представления осуждали в своих проповедях епископ Хью Латимер (в 1549 г.) и Джон Стоквуд (в 1578 г.), оба сетовали на то, что пьесы, особенно о Робин Гуде, привлекают людей гораздо больше, чем церковные службы [подробнее см.: 13]. Незадолго до появления труда Госсона был опубликован «Трактат, осуждающий игру

в кости, светские пьесы или интерлюдии» (Treatise wherein Dicing, Dauncing, Vaine Playes and Interludes are reproved) Джона Нортбрука. С точки зрения его автора, праздное времяпровождение (idleness) неизбежно ведет человека к греху. Трактат построен как диалог между Юностью и Старостью. Среди прочего, Юность задает вопрос о вреде комедий. И получает развернутый ответ, из которого вытекает, что главная опасность для христианина таится в народном театре. Комедии, которые под руководством своих наставников разыгрывают ученики школ и студенты университетов, допустимы при соблюдении определенных условий. В них не должно быть никаких непристойностей и неприличных выражений. Их следует ставить не на английском, а на латинском языке для лучшего его усвоения. Ни в коем случае нельзя разыгрывать комедии часто. Участники постановки не должны наряжаться в «великолепные и роскошные костюмы». Спектакль не должен быть публичным, предпринятым «ради выгоды и денег», но должен преследовать только образовательные цели. И не содержать «тщеславных и беспутных забав любви» [14, p.104].

Название трактата С. Госсона указывает на то, что предметом его атаки, по сути дела, являются несколько видов искусства, включая поэзию, музыку, театр. С его точки зрения, поэты — это зло, особенно потому, что умеют стилистически украсить свои писания, смешав мед и желчь. Поэтому, будучи выставлены на продажу, их труды не вызывают подозрения. Но поэзия так же обманчива, как троянский конь, убери украшающую ее мишуру и «обнаружишь поругание, невольно откроешь суетность поэтов, возненавидишь их распутство, оплачешь их глупость, обнаружишь, что их остроумие подобно жемчужинам в навозе, новым картинам на старой прогнившей стене, одеянию добродетельной матроны на дешевой куртизанке». Поэзия и поэты подобны «зелью Цирцеи, которое превращает разумные существа в диких тварей...» [15, p.10].

Следует обратить внимание на то, что свою убежденность в том, что поэты вредны для общества, Госсон подтверждает ссылкой на античные авторитеты, утверждая, в частности, что недаром «Платон изгонял их из своей школы и запретил им вход в свое идеальное государство как изнеженных писателей, бесполезных членов и абсолютных врагов добродетели» [15, p.10–11].

Автор «Школы злоупотреблений» оценивает поэзию, музыку, театр с прагматической позиции и доказывает, что современное искусство пользы не приносит. Нельзя не согласиться с мнением К. Бейтс, которая утверждает: «Для Госсона мысль о том, что любая деятельность, если она не приносит дохода, не достойна защиты, так же бесспорна, как то, что за ночью всегда следует день» [16]. По мнению автора анализируемого трактата, поэзия и музыка са-

мых древних времен были неразрывно связаны друг с другом, «до Меланиппида (поэт V в. до н.э. — М. П.) музыканты были поэтами» [14, р.15], поэтому Госсон порицает их вместе.

В соответствии со своим образованием (которое он получил в Оксфорде) и духом времени Госсон обращается за положительными примерами (часто легендарными) к античности. Тогда, по его мнению, результаты деятельности аэдов были наглядными и полезными: «Пение Хирона под звуки его инструмента успокоило ярость Ахиллеса; Терпандр (один из первых греческих поэтов и музыкантов, жил в VII в. до н.э. — М. П.) своими звуками разогнал бурю и остановил бунт в Спарте; Гомер музыкой излечивал больных солдат в греческом лагере...» [15, р. 36]. В современной ему Англии, утверждает Госсон, таких искусников больше нет, поэты и дудочники испортили нравы британцев. Их предки были выносливыми, стойко переносили любые тяготы, «мужчины не уступали в доблести скифам, женщины смелостью превосходили амазонок» [15, р. 45], тренировались в стрельбе, беге, борьбе и других военных навыках. На смену полезному времяпровождению пришли «пиры, игры, музыка, танцы и всякие другие развлечения, которые могут принести нам удовольствие или убаюкать» [15, р. 24]. Подсчитано, что Госсон цитирует произведения двадцати пяти античных авторов, включая столь неподходящие для протестантской атаки на театр, как «Искусство любви» и «Метаморфозы» Овидия [17, р. 3].

Современные исследователи подчеркивают неоднозначный характер «Школы злоупотреблений»: «Парадоксальным образом Госсон использует привлекательность древней поэзии, чтобы убедить своих читателей в том, что искусство опасно и иллюзорно: его язык соблазняет читателя, чтобы отвратить его от соблазна порочных спектаклей, идолопоклонства и язычества» [17, р. 4].

С точки зрения автора «Школы злоупотреблений», театры приносят только зло. Суетность и тщеславие их посетителей Госсон описывает весьма красочно: «...там вы увидите, как все толкаются и пихаются, чтобы сесть рядом с женщинами, заботятся о том, чтобы на их одежды никто не наступил, а на колени не попала грязь или пыль, о подушках за спиной, чтобы она не болела» [15, р. 25]. Театр, поэты, дудочники и актеры, по его мнению, «приводят нас к удовольствию, лени, сонливости и греху, а без раскаяния — к смерти и дьяволу» [15, р. 32]. Отказавшись от удовольствий, человек должен «заставить свои таланты работать», и тогда он «будет угоден Богу, принесет пользу своей стране, честь своему правителю» [15, р. 42].

Сочинение Госсона, по всей видимости, быстро вызвало реакцию в среде гуманистов. Первым выступил Томас Лодж с «Ответом “Школе злоупотреблений” Стивена Госсона в защиту поэзии, музыки и те-

атральных пьес» (A Reply to Steven Gosson's Schoole of Abuse". In Defence of Poetry, Musick, and Stage Plays, 1579). «Ответ» носит ярко выраженный полемический характер, Лодж не менее девяти раз упоминает имя своего оппонента, нередко обращаясь непосредственно к нему («скажи мне, Госсон» [18, р. 5, 28]) или давая ему нелицезную характеристику («бесстыжий Госсон» [18, р. 10]). А завершая «Ответ», Т. Лодж иронически пишет: «Я дружески прощаюсь с Госсоном, желая ему приучить свое перо к большей сдержанности» [18, р. 32].

Лодж оспаривает основные положения трактата своего предшественника, не брезгуя переходить на личности: «Ты говоришь, что поэты искусны, если это так, ты научился искусности у них, ты прекрасно можешь пояснить пустяковый текст, но ты, вероятно, испил воды Леты и выбросил из головы все, чему тебя учили, ты забыл самые основы, ты не помнишь, что образ Энея у Вергилия означает деятельность разумного командира, изображения птиц, животных и деревья расшифровываются как мирские сумасбродства...» [18, р. 4].

Возражая тезису Госсона о бесполезности поэзии, Лодж нередко прибегает к риторическим вопросам и упоминает имена бесспорных протестантских авторитетов: «Что заставило Эразма корпеть над трагедиями Эврипида? Предпринял ли он их перевод с греческого на латынь, чтобы научить нас греху?» [18, р. 9]. Он призывает своего оппонента сравнить его обвинения и собственные ответы на них, напоминает автору «Школы злоупотреблений», что именно поэты в древности «были основателями городов, законодателями, столпами религии, преследователями дурных, поддержкой добрых и, наконец, дорогой к знанию и пониманию» [18, р.14].

Отвечая на обвинения Госсона по поводу музыки, Лодж размышляет в «эвфуистической манере» [19]: Плутон не может удержать Прозерпину, если звучит музыка Орфея, «море не поглотит Ариона, когда он поет, не погибнет он и тогда, когда играет на арфе» [18, р.18].

При защите драматургов и театра Лодж ссылается на римского грамматика Доната (IV в.н.э.), который утверждал, что трагедии и комедии «были придуманы древними мудрецами с единственной целью возносить благодарность богу за богатый урожай и изобильный год» [18, р.24]. И напоминает Госсону о комедиях Менандра и Теренция, в которых высмеиваются различные пороки [18, р. 26].

Особое внимание Т. Лодж уделил опровержению тезиса Госсона о том, что Платон считал необходимым изгнать поэтов из идеального государства. Английский гуманист не может однозначно опровергнуть хорошо известный тезис античного философа, но противопоставляет ему мнения других древних авторитетов, Страбона и Цицерона, которые высоко ценили поэзию, а Цицерон и вовсе считал, что

философию придумали поэты. Лодж эмоционально восклицает: «Господь спаси нас от такого Платона, который изгоняет этих людей» [18, р.26].

По сравнению с «Ответом “Школе злоупотреблений” Стивена Госсона в защиту поэзии, музыки и театральных пьес» Т. Лоджа, «Защита поэзии» Ф. Сидни носит более академический характер. Сидни получил такое же классическое университетское образование того времени, как Госсон и Лодж, что предопределяет композицию и стиль его труда. Исследователи видят в нем влияние риторики, которая была обязательной частью образования. Предполагают, что Сидни построил «Защиту» по аналогии с семичастной судебной речью, что трактат написан под влиянием «Риторических наставлений» Квинтилиана и «О нахождении» Цицерона [20].

С нашей точки зрения, работу Ф. Сидни следует разделить на три части. В первой — и, как думается, едва ли не наиболее значимой — он определяет место поэзии в кругу искусств и наук, во второй части своего труда Ф. Сидни разбирает и опровергает доводы противников поэзии. Третья часть анализируемого сочинения посвящена английской литературе и языку.

Ф. Сидни пользуется словом «поэзия», однако уже с первых страниц трактата становится понятно, что он подразумевает под ним и стихотворчество, и художественную форму выражения мысли в целом. Очевидно, имея в виду первобытный синкретизм, Сидни утверждает, что именно поэзию «самые благородные народы... почитают как первый источник света в невежестве» [3, с. 146]. Вслед за «Поэтикой» французского гуманиста Скалигера (1484–1558 он выделяет три вида поэзии: во-первых, религиозную (поэтическая часть Библии). Во-вторых, условно говоря, «научную». Этот вид «творят те, кто имеет дело с предметами философскими, нравоучительными... природными... астрономическими... историческими» [3, с. 156]. В поэтическую форму облакали свои сочинения философы, историографы и богословы разных стран и народов. И только третий вид поэзии, выделенный Сидни, согласно современным представлениям можно отнести к художественной литературе, поскольку он включает в себя такие подвиды, как «Героический, Лирический, Трагический, Комический, Сатирический, Ямбический. Элегический, Пасторальный и некоторые другие» [3, с. 157]. Легко заметить, что у Сидни еще нет четкого разделения на роды и жанры, но понимание того, что художественный текст существенно отличается от религиозного и научного, уже налицо.

Сочинения Госсона, Лоджа и Сидни создавались практически в одно и то же время, стилистически оставаясь внутри гуманистического дискурса. Напомним, что противник искусства С. Госсон учился в той же Кингс-скул в Кентербери, куда ходили Лили и Марло, а степень бакалавра получил оксфордском

колледже Тела Христова [сМ.: 17, р. 3]. Однако, как представляется, сочинение Сидни является выражением более зрелой гуманистической мысли. Это обуславливает более широкий выбор аргументов. Как С. Госсон и Т. Лодж, автор «Защиты поэзии» постоянно прибегает к примерам из античности. Но в отличие от них апеллирует также к авторитету Библии («псалмы Давида — это божественная поэма» [3, с. 150]. Как ни странно, у Госсона этого не было. Как Лодж, Сидни в хвалебных тонах упоминает Чосера, учившего добродетели, добавляя к нему имя Гауэра. Но чем Сидни явно отличается от современников, так это обращением в качестве аргумента в защиту поэзии к итальянской ренессансной литературе («поэты Данте, Боккаччо и Петрарка первыми возвысили итальянский язык, превратив его в сокровищницу науки» [3, с. 150]) и к сочинениям деятелей французской ренессансной культуры.

Самым важным для развития эстетической теории в первой части «Защиты поэзии» является рассуждение о вымысле. Сидни опирается на учение Аристотеля о мимесисе и катарсисе, повторяет его мысль о том, что «поэзия — это искусство подражания» [3, с. 155]. И постоянно возвращается к утверждению о том, что поэзия не сводится к буквальному воспроизведению действительности. По его мнению, поэт «воспаряет на своем вымысле, создает, в сущности, другую природу» [3, с. 153], то есть творит особый художественный мир. Развивая эту мысль, Сидни поясняет, что создание поэтом новой реальности не является самоцелью, а направлено на нравственное совершенствование людей. Воображение поэта создает «недюженные образы добродетелей, пороков и прочего» [3, с. 158], он приходит к людям «с выдумкой», при помощи которой стремится «отвратить разум человека от порока и направить к добродетели» [3, с. 173]. Сидни известно «неисчислимо множество примеров удивительного воздействия поэтической выдумки на людей» [3, с. 175], два из них он приводит.

Вторая из выделенных нами частей трактата Сидни посвящена защите поэзии как таковой. Он явно знаком с трудом Госсона и перечисляет главные из сформулированных им по адресу поэзии обвинений: «Во-первых, поскольку существует много других полезных знаний, то и лучше тратить свое время на них, нежели на Поэзию. Во-вторых, она мать лжи. И в-третьих, она кормилица порока, заражающая нас множеством губительных желаний, неотвратимо, как сирена, увлекающая наш ум к змеиному хвосту грешного помысла...» [3, с. 187]. Каждое из этих утверждений автор «Защиты поэзии» разбирает и опровергает. Вероятно, обвинения не представляются ему очень убедительными, опровержения Сидни не отличаются развернутостью. В ответ на первое он заявляет, что на земле никогда не бывало науки более полезной, чем по-

эзия. По поводу второго говорит, что поэт никогда не лжет, поскольку не заставляет читателя верить в то, о чем пишет. Рассуждая на тему третьего обвинения, Сидни, по сути дела, проводит различие между художественной формой и идейным содержанием литературного произведения: «Мечом можно убить отца, и мечом можно защитить короля и родину» [3, с. 187].

Третья часть «Защиты поэзии» Ф. Сидни свидетельствует о том, что он, так же как гуманисты других стран, был озабочен проблемой национальной литературы. Здесь он пытается понять, «почему Англия (мать несравненных умов) стала суровой мачехой поэтов» [3, с. 199] и дает критический обзор английской литературы и поэтических возможностей английского языка и стихосложения. Сидни не удовлетворяет современное ему состояние английской поэзии и драмы, в которой, как он считает, не соблюдаются правила трех единств, которые он находит у Аристотеля. Автора «Защиты поэзии», как и дю Белле, занимает вопрос об использовании в литературе английского языка, который «наделен великими возможностями» [3, с. 212].

В общекультурном контексте эпохи рассмотренные здесь трактаты являлись частью противостояния пуритан и гуманистов по вопросу об удовольствии и пользе, за которым стояла актуальная для Ренессанса проблема самосовершенствования человека, или, в терминах того времени, проблема его пути к добродетели. Пуритане считали, что к достижению этой цели ведет только отказ от удовольствий, в том числе получаемых от искусства. Важна праведность, отождествляемая ими с пользой. Как явствует, в частности, и из сочинения С. Госсона, пуритане признавали удовольствие только в том случае, если оно могло быть обращено в профит. Автор «Школы злоупотреблений», например, порицает Пиндара, который, «следуя курсом любовных поэтов, оставивается более всего на таких моментах, от которых менее всего пользы (дохода, profit)» [15, р. 9].

Гуманисты сформировали диаметрально противоположное мнение на этот счет, опираясь на «Искусство поэзии» Горация, перевод которого появился в Англии в 1567 г. Гораций утверждал:

Тот совершенства достиг, кто с пользой сливает приятность,

Кто, услаждая читателя, тут же его наставляет (362–363) [21].

В ренессансной Англии, идея о том, что наставлять можно через удовольствие, стала популярна еще в 1540-е годы в педагогике. Томас Элиот (1490–1546) и Роджер Эшам (1515–1568), опираясь на авторитет Эразма Роттердамского, полагали, что обучение джентльменов, особенно юных, должно идти через «уроки приятные и также полезные» [22] и сочетать «легкость и удовольствие» [23]. Характеризуя их взгляды, К. Бейтс пишет: «...сторонники образования

нового типа ... настаивали на том, что наслаждение литературными работами высокого качества превращало их в лучшие инструменты обучения и таким образом максимально усиливало их педагогический потенциал» [16]. Аналогичную мысль высказывает Ф. Сидни в заключительной части своего трактата: «...поэзия исполнена удовольствия, которое порождает добронравие» [3, с. 215].

Таким образом, труды Т. Лоджа и Ф. Сидни, посвященные, казалось бы, внутри литературной полемике, участвовали в важнейшем идеологическом споре эпохи о сущности человека.

ЛИТЕРАТУРА

Шереметьева В. К. Английский Петрарка: творчество Ф. Сидни в современном литературоведении / В. К. Шереметьева // Молодой ученый. — 2015. — № 14. — С. 609–614. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/94/20969/> (дата обращения: 03.01.2019).

Сидни Ф. Астрофил и Стелла. Защита поэзии / Ф. Сидни. — М.: Наука, 1982. — 367 с.

Сидни Ф. Аркадия: Роман / Ф. Сидни; пер. с англ.; предисл. Л. Володарской. — М.: РИОР-ИНФРА.М, 2011. — 640 с.

Дмитриева О. В. Сэр Филип Сидни как «культовая фигура» Елизаветинской эпохи / О. В. Дмитриева // Человек в культуре Возрождения. — Москва, 2001. — С. 201–212.

Халтрин-Халтурина Е. В. Антология поэтических форм в «Старой Аркадии» Филипа Сидни / Е. В. Халтрин-Халтурина // Стихи проза в европейских литературах Средних веков и Возрождения / Отв. ред. Л. В. Евдокимова; Ин-т мировой литературы им. А. М. Горького. — М.: Наука, 2006. — С. 117–136.

Никифорова Л. Р. К вопросу о специфике образной системы в «Новой Аркадии» (1590) Ф. Сидни / Л. Р. Никифорова // Системность литературного процесса. — Днепропетровск, 1987. — С. 163–167.

Чаплин С. В. Роман Ф. Сидни «Аркадия» в контексте литературного самосознания английского Ренессанса: автореферат дис. ... кандидата филологических наук / С. В. Чаплин. — Ростов-на-Дону, 2002. — 15 с.

Володарская Л. И. Первая английская поэтика / Л. И. Володарская // Сидни Ф. Астрофил и Стелла. Защита поэзии. М.: Наука, 1982. — С. 292–394.

Mambrol N. Literary Criticism of Sir Philip Sidney / N. Mambrol // Literary Theory and criticism. — Режим доступа: www.literariness.org (дата обращения: 03.01.2019).

Levao R. Sidney's Feigned Apology / R. Levao // Publications of Modern Languages Association. Vol. 94, No. 2 (Mar., 1979). — P. 223–233.

Шестаков В. П. Поэтика «Аристотеля» и теория поэзии / В. П. Шестаков. — Режим доступа: <http://svr-lit.ru/svr-lit/articles/shestakov-poetika-aristotelya.htm> (дата обращения: 04.01.2019).

12. Аникст А. Театр эпохи Шекспира / А. Аникст. — Режим доступа:

<http://istoriya-teatra.ru/books/item/f00/s00/z00000025/st003.shtml> (дата обращения: 04.01.2019).

13. Микеладзе Н. Э. О чем трубят театральные трубы? (Публичный театр как среда и средство коммуникации века Шекспира) / Н. Э. Микеладзе // Медиаскоп. Выпуск № 1. 2008. — Режим доступа: www.mediascope.ru (дата обращения: 03.01.2019).
14. Northbrooke J. A Treatise against Dicing, Dancing, Plays, and Interludes / J. Northbrooke. — L.: Reprinted for the Shakespeare Society, 1843. — 224 p. — Режим доступа: www.archive.org (дата обращения: 12.01.2019).
15. Gosson S. Schoole of Abuse, containing a plesaunt Invective against Poets, Pipers, Plaiers, Jestes / S. Gosson. — L.: Woodcocke, 1579. Reprinted for the Shakespeare society in 1841. — Режим доступа: www.archive.org (дата обращения: 05.01.2019).
16. Bates C. On Not Defending poetry: Defence and Indefensibility in Sidney's "The Defence of Poetry" / C. Bates. — Oxford: Oxford University Press, 2017. — Режим доступа: <https://books.google.ru/books> (дата обращения: 08.01.2019).
17. Mitsi E. Myth and Metamorphosis in Steven Gosson's "Schoole of Abuse" / E. Mitsi // English, 2011, pp. 1–17. — Режим доступа: www.english.oxfordjournals.org (дата обращения: 07.01.2019).
18. Lodge Th. A Reply to Steven Gosson's Schoole of Abuse". In Defence of Poetry, Musick, and Stage Plays / Th. Lodge. — London. Reprinted for the Shakespeare Society, 1853.
19. Луценко Е. Музыкальная техника шекспировского стиха / Е. Луценко // Вопросы литературы, 2008. № 3. — Режим доступа: www.magazines.russ.ru (дата обращения: 05.01.2019).
20. Webster J. Oration and Method in Sidney's "Apology." A Contemporary's Account / J. Webster // Modern Philology. Vol. 79. No. 1 (Aug., 1981). P. 1–15. — Режим доступа: <http://www.jstor.org/stable/437360> (дата обращения: 05.01.2019).
21. Гораций. Послание к Писонам об искусстве поэзии (Отрывки) (Пер. А. В. Артюшкова) / Гораций // Хрестоматия по античной литературе. В 2 томах. Для высших учебных заведений. — Том 2. Н. Ф. Дератани, Н. А. Тимофеева. Римская литература. — М.: Просвещение, 1965. — Режим доступа: www.lib.ru (дата обращения: 09.01.2019).
22. Elyot Th. The Boke named The Governour / Th. Elyot — Режим доступа: www.luminarium.org (дата обращения: 09.01.2019).
23. Ascham R. The Schoolmaster / R. Ascham. — Режим доступа: www.gutenberg.org (дата обращения: 09.01.2019).

Воронежский государственный университет
Попова М. К., доктор филологических наук, профессор
кафедры издательского дела
E-mail: popova@phil.vsu.ru

Voronezh State University
Popova M. K., Doctor of Philology, Professor of the Publishing
Department
E-mail: popova@phil.vsu.ru

К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ СЛОВАРЯ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Д. Ю. Просовецкий

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 24 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье предложена модель словаря оценочной лексики современного русского языка, описан формат словарной статьи и определены его основные структурные особенности, обусловленные спецификой оценочной лексики.

Ключевые слова: психолингвистика, лексикография, словарь, оценочная лексика, современный русский язык, индекс ассоциативного сходства.

Abstract: the article proposes a model of the vocabulary of the evaluation words of the modern Russian language, the main structural features are described, which are determined by the specifics of general vocabulary.

Keywords: psycholinguistics, lexicography, dictionary, evaluation words, modern Russian language, associative similarity index.

Исследования показывают, что основная оценочная лексика современного русского языка многозначна [1]; кроме того, выявляются оценочные значения неогночных слов, а также неогночные значения огночных слов. Потребность в лексикографической фиксации огночной лексики очевидна, решение указанной задачи — создание словаря огночной лексики. С сожалением необходимо отметить, что проблема фиксации огночных единиц в словарях в настоящее время недостаточно разработана, словарей огночной лексики не существует. Цель статьи — предложить концепцию словаря огночной лексики современного русского языка.

Основная задача словаря огночной лексики — объективировать оценку. Одной из сложностей, которая долгое время мешала созданию подобного словаря, является тот факт, что словарь предполагает системность и нормативность, а также, в известной степени, независимость от контекста, в то время как оценка в высшей степени субъективна и контекстуальна. Выходом из сложившейся ситуации может послужить введение формального критерия — индекса ассоциативного сходства (ИАС) [2, 3], расчёт которого на основе результатов психолингвистического эксперимента [4, 5] позволяет объективировать оценку, содержащуюся в слове. Создание подобного словаря стало возможным, поскольку ИАС органично соединил оценку и данные ассоциативного эксперимента, а значит, оценка перестала быть параметром, который используется исследователем по своему усмотрению.

Таким образом, несмотря на субъективную природу оценки, после создания подобного словаря, по-

строенного с помощью ИАС, можно будет утверждать, что данная конкретная лексема по состоянию на текущий момент функционирует в обидном языковом сознании как огночная/неогночная и, поскольку данные получены на основе обработки результатов психолингвистического эксперимента, появилась возможность указать, что лексема, например, имеет положительную/отрицательную оценку у мужчин/женщин в возрасте N лет и т.д., что позволит существенно детализировать описание огночной семантики.

Выделяют три основные типа оценки: *положительная (одобрительная)*, *отрицательная (неодобрительная)* и *отсутствие оценки (неогночность)*. При таком подходе отсутствие оценки — один из видов оценки. Также следует учитывать тот факт, что оценка может содержаться в слове как единице системы языка, а может наводиться контекстом. В словаре следует отражать только системную огночность. Однако некоторые лексемы устойчиво приобретают ту или иную огночность в определенных фиксированных конструкциях — такие конструкции необходимо включать в словарь, указывая, в каких семантических группах слов эти конструкции наводят ту или иную оценку. Эти конструкции могут быть инвентаризованы во второй части словаря огночной лексики.

Дискуссионным представляется включение в словарь огночной лексики таких характеристик лексем, как эмоциональные пометы. Эти пометы, именно в случае словаря огночной лексики, увеличивают субъективность описания, поскольку, например, для разграничения помет *презр.* (презрительно) и *пренебр.* (пренебрежительно) необходимо отдельное исследование, но для того, чтобы утверждать, что

подобные пометы относятся к негативной оценке, такое исследование не требуется. Подтверждением сказанного является тот факт, что эмоциональные пометы разнятся от словаря к словарю, например лексема *плюгавый* в словаре А. П. Евгеньевой [6] имеет помету *презр.*, а в словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [8] — *пренебр.* Подобные различия обусловлены в первую очередь тем, что в большинстве случаев исследователи не разграничивают эмоцию и оценку. Поскольку эмоций в настоящий момент насчитывают более 150 [7], пропорционально увеличиваются и возможные варианты эмоциональных помет и какая-либо классификация в таких условиях становится весьма затруднительной.

Список оценочных конструкций второй части словаря подразумевает перечень различных выражений и оборотов речи, которые наводят оценку или инвертируют её. Например, лексема *математик* — неоценочна, но во фразе «Я сделаю из Вас математиков!» имеет место наведение оценки контекстом, поскольку имеется в виду — настоящих, то есть хороших математиков.

Рассмотрим в качестве примера одну из словарных статей первой части словаря:

Карьерист [0.030, 0.010]

муж. [0.035, 0.008]	жен. [0.027, 0.005]
10–19: [0.005, 0.003]	10–19: [0.010, 0.063]
20–29: [0.020, 0.005]	20–29: [0.002, 0.005]
30–39: [0.024, 0.004]	30–39: [0.022, 0.005]
40–49: [0.031, 0.010]	40–49: [0.030, 0.010]
50–59: [0.022, 0.021]	50–59: [0.012, 0.011]
60–69: [0.008, 0.017]	60–69: [0.011, 0.014]
70–79: [0.003, 0.011]	70–79: [0.006, 0.012]
80–89: [0.006, 0.016]	80–89: [0.007, 0.009]
90–100: [0.005, 0.045]	90–100: [0.007, 0.008]

Поясним её структуру и покажем, как работать с данной статьёй в процессе научного исследования. В квадратных скобках напротив лексемы указан индекс ассоциативного сходства с лексемами *хорошо* и *плохо* соответственно. В частности, из данной информации следует, что в настоящее время лексема полиоценочна, то есть содержит в себе положительную и отрицательную оценку. При этом положительная оценка преобладает (0.030 против 0.010). Далее идут два столбца, в которых указана оценка в зависимости от гендерной дифференциации. Аналогичным образом, рядом в квадратных скобках указан индекс ассоциативного сходства с лексемами *хорошо* и *плохо*.

Как видно из представленных результатов, мужчинами лексема *карьерист* оценивается крайне положительно (0.035). Возникает вопрос, если лексема содержит и положительную и отрицательную оценку, возможно ли найти, на основе представленных результатов, причину такой полиоценочности. Ответ оказывается положительным.

Далее, для каждого гендера представлена возрастная дифференциация индекса ассоциативного сходства. Анализ указанных значений показывает, что в обыденном языковом сознании для лиц старше 50 лет (как мужчин, так и женщин), лексема *карьерист* несёт негативную оценку. В то же время для более молодого поколения эта же лексема имеет ярко выраженную положительную оценку. Подобное сочетание и приводит к полиоценочности лексемы.

Вторая часть словаря представляет собой список конструкций, в которых лексемы получают ту или иную оценку, то есть оценка наводится самой конструкцией.

Общий вид статьи:

Оценочная конструкция

Примеры употребления

Пример реализации:

Тоже мне (профессия, род деятельности, должность, род деятельности, интеллектуальные качества) — неодобр.

Тоже мне профессионал. Тоже мне мастер.

Он настоящий, подлинный (профессия, должность, род деятельности, интеллектуальные качества) — одобр.

Он настоящий поэт. Он подлинный гений.

Тоже мне (наименование по роду деятельности, интеллектуальным качествам...) **нашелся** — неодобр.

Тоже мне специалист нашелся. Тоже мне эксперт нашелся.

Важно отметить, что подобный словарь необходимо издавать с определённой периодичностью, поскольку в обыденном языковом сознании оценка лексемы может изменяться с течением времени. Например, по сравнению с 70–80-ми гг. прошлого века к настоящему моменту изменилась оценка в словах *бизнесмен*, *агрессивный*, *карьерист*, *стерва* и ряде других.

При этом, в отличие от подавляющего большинства других типов словарей, предыдущая версия словаря не устаревает и может быть использована для отслеживания динамики изменения оценки во времени. Такая информация имеет прикладное значение и позволяет определить, какую оценку имело слово в языковом сознании (теперь уже) предыдущего поколения. Данный подход позволяет органичным образом учитывать тот факт, что одни и те же лексемы имеют различную оценку для разных поколений людей. Так, например, в ходе исследования [1] установлено, что лексема *карьерист* имела отрицательную оценку в 70–80-х годах прошлого века, сменила оценку на нейтральную в 90–00-х годах и в настоящий момент имеет слабо выраженную положительную оценку.

Данный подход базируется на анализе результатов ассоциативного эксперимента, поскольку расчёт индекса ассоциативного сходства проводится именно на основе результатов такого эксперимен-

та [2], что позволяет констатировать как наличие оценки в обыденном языковом сознании, так и выяснить, например, что та или иная лексема имеет нейтральную оценку для мужчин в возрасте от 30 до 39 лет и отрицательную для женщин в возрасте от 20 до 29 лет, как это было показано выше. Таким образом, словарь оценочной лексики современного русского языка, построенный на основе предложенной концепции, относится к справочному виду изданий и может быть использован как основа для широкого спектра дальнейших семантических исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Просовецкий Д. Ю. Семантика общеоценочной лексики в русском языке / Д. Ю. Просовецкий. — Саарбрюккен: Ламберт, 2016. — 177 с.
2. Просовецкий Д. Ю. Психолингвистический метод выявления оценки слова / Д. Ю. Просовецкий // Филологические записки, 2015. — Вып. 32. Часть 2. — С. 685–690.
3. Просовецкий Д. Ю. Психолингвистический метод выявления оценки, содержащейся в слове / Д. Ю. Просовецкий // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика, 2015. — № 3. — С. 78–80.
4. Стернин И. А. Проблема неединственности метаязыкового описания ментальных / И. А. Стернин // Лингвоконцептология и психолингвистика. — Воронеж, 2012. — Вып. 5. — С. 8–12.
5. Стернин И. А. Семантический анализ слова в контексте / И. А. Стернин, М. С. Саломатина. — Воронеж: Истоки, 2011. — 150 с.
6. Евгеньева А. П. Словарь русского языка. Том 3 / А. П. Евгеньева. — М.: Полиграфресурс, 1999. — 750 с.
7. Изард К. Э. Эмоции человека / К. Э. Изард. — М.: Директ-Медиа, 2008. — 954 с.
8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. 120 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — М.: А ТЕМП, 2017. — 896 с.

*Воронежский государственный университет
Просовецкий Д. Ю., магистр филологии, сотрудник Центра коммуникативных исследований ВГУ
E-mail: prosovetskiy@gmail.com*

*Voronezh State University
Prosovetskiy D. Y., Master of Philology, employee of the VSU
Center of Communication Studies
E-mail: prosovetskiy@gmail.com*

КОНЦЕПТЫ ВРЕМЕНИ И ПУСТОТЫ В РАССКАЗЕ «БАСИЛЕВС» О. СЛАВНИКОВОЙ

О. В. Родикова

Российский университет транспорта (МИИТ)

Поступила в редакцию 6 ноября 2018 г.

Аннотация: в статье рассмотрены особенности изображения времени и пустоты в постмодернистском рассказе «Басилевс» Ольги Александровны Славниковой. Проанализировав смысловую вариативность указанных концептов, автор приходит к выводу, что в произведении пустота представлена в попытке «консервации» времени.

Ключевые слова: концепт, время, пустота, герой, рассказ, чучело, кот, метафора.

Abstract: the article looks at the peculiarities of representation of time and emptiness in the postmodern tale «Basileus» by Slavnikova Olga Aleksandrovna. Analyzing the meaning variety of the indicated concepts, the author comes to the conclusion that emptiness is demonstrated in the story like an attempt to «conserve» time.

Keywords: concept, time, emptiness, character, tale, scarecrow, cat, metaphor.

Современная русская писательница Ольга Александровна Славникова, родившаяся в Свердловске (Екатеринбург) в 1957 году в семье инженеров-оборонщиков, уже в детские годы проявляла способности к математике. Однако под влиянием учительницы русского языка и литературы, заведовавшей школьным кружком любителей художественного слова, Славникова в 1976 году поступила на факультет журналистики Уральского государственного университета. По окончании обучения она работала в сфере книгоиздательства и редакции журнала «Урал». В это же время Ольга Александровна начала писать, как сама она призналась, потому что «заняться больше было нечем». Произведения молодого автора публиковались в журнале «Урал» и в малотиражных сборниках начинающих писателей. При этом в одном из интервью уже состоявшаяся писательница неслестно отозвалась о сборниках молодых авторов, так как в то время, когда она «начинала литературную деятельность, даже в издательствах такие сборники именовали «братскими могилами». Они плохо продавались. <...> Сборник молодых авторов интересен лишь какое-то время. Но и такие издания важны. Потому что не публиковать ничего до тех пор, пока у тебя не наберется материала на первую книгу, трудно психологически» (интервью «М24.ru» от 15 октября 2014 года); [1]).

Первое произведение писательницы — повесть «Первокурсница» было опубликовано в 1988 году в журнале «Урал», в котором Славникова тогда работала. Но спустя два года редакция издательства отметила «маловысокохудожественность» произведений прозаика и не стала печатать подготовленный Славниковой сборник. Это нанесло душевную травму

начинающему автору и привело к почти 9-летнему перерыву в творчестве: только с конца 90-х годов Славникова занялась активным творчеством и из-под ее пера вышли романы «Стрекоза, увеличенная до размеров собаки» (1997), «Один в зеркале» (1999), «Бессмертный» (2001), «2017» (2006), сборник «Вальс с чудовищем» (2007), рассказ «Мышь» (2007), сборник рассказов «Любовь в седьмом вагоне» (2008), роман «Легкая голова» (2010), рассказ «Конец Монплезира» (2011), рассказ «Басилевс» (2011). При этом писательница неоднократно подчеркивала, что литература не является источником ее дохода: «У меня тяжелый жизненный опыт. Я знаю, что на жизнь очень трудно заработать. И труднее всего заработать на жизнь литературным трудом. <...> Трезвое осознание того, что литературой зарабатывать нельзя. Это самое безнадежное предприятие, которое только может быть. Когда я это поняла, <...> то решила зарабатывать на жизнь принципиально не литературным трудом. К деньгам есть куда более прямые пути, чем через литературу. Если хочешь денег, не пиши книг» («Диалог идет между писателем и мирозданием, а читатель только присутствует»; интервью от 5.01.2010; [2]).

Интересно, что устойчивым признаком содержания любого произведения О. Славниковой, написанного в рамках неореализма с элементами модернизма и фэнтези, является феномен пустоты, который присутствует в повествовании если не целостной концепцией, то хотя бы несколькими средствами художественной выразительности (эпитетами, метафорой, гиперболой и др.). Литературовед М. Ю. Гаврилкина в диссертационной работе «Концепция пустоты в прозе О. Славниковой» (2013) отмечает, что «О. Славникова от произведения к произведению настойчиво демонстрирует интерес к вопросам метафизики:

предлагает свои версии понимания Пустоты, активно включается в решение важнейших гуманитарных вопросов о месте человека в миропорядке, о границах его разума и духа» [3]. Пустота понимается уральской писательницей, как утрата осознания одновременности и параллельности жизни. Герои ее произведений будто переселились по другую сторону зеркал и перестали взаимодействовать с совершенными творениями Бога, перестали отражать Его благодать, понимать и оценивать себя через Его ценностные ориентиры.

В рассказе «Басилевс» пустота представлена в попытке практического освоения времени: его «консервации». При этом время — величину, отображающую изменение мира, каждый герой произведения осознает по-своему, для каждого оно своё, поэтому и его «консервация» для кота — это посмертное чучело, а для героини — прижизненный кокон старушечьего тела, в котором спрятана молодая девушка. Время для отдельных персонажей прозаического текста словно перестало быть измерением прогрессирования событий: для них это форма статичности окружающего мира.

Так, главная героиня Елизавета Николаевна Ракитина, 36-летняя женщина, овдовевшая четыре года назад, желает после смерти кота сделать из него чучело. Квартира Елизаветы Николаевны, содержащая ветхие, пыльные, склеенные вещи, да и она сама, олицетворяющая абсолютную пустоту, — имитация подлинности. «Портрет героини выписан в варианте образца оптической мистификации, перевертыша, как в картинках-иллюзиях, на которых можно разглядеть то молодую красавицу, то старушку» [3]. Героиня одевается и ведет себя как пожилая женщина лет семидесяти. Возможно, на подобное мировосприятие повлияли детская психологическая травма (ее мать рано умерла, и героиня жила с отцом и мачехой), раннее замужество («Возраст она утратила, когда после выпускного состригла золотые проволочные косички и вышла замуж за пожилого чиновника Внешторга <Сергея Александровича>, который был, в свою очередь, самым молодым среди служебно-семейного круга, чинно собиравшегося на полувековые юбилеи творческой деятельности и другие сановные праздники» [4, с. 328]). Старцы, окружавшие героиню после замужества, баловали ее, кормили конфетами наперебой; супруг одевал ее как куклу. Елизавета Николаевна не знала, что такое работа и как достаются каракулевые шубы и конфеты в тяжелые годы перестройки. Она не привыкла заботиться о содержании холодильника, чистоте квартиры и прочем. При этом героиня сохранила по-девичьи невинное созерцание окружающего, что и привлекало мужчин, к которым она обратилась за помощью после смерти супруга. Мужчины К., Т. и Павел Иванович Эртель откликнулись на беду женщины и долгое время ее безвозмездно содержали (только К. дал ей работу: писать

сводку новостей, но героиня с ней не справлялась). Мужчины понимали, что добром это не кончится, так как женщина и не думала меняться и что-то менять в своей жизни: ей было удобно получать в конвертах деньги, ничего не давая взамен, и продолжать жить так же бедно. Герои недоумевали, куда героиня тратит огромные суммы, которые они ей регулярно дают, ведь Елизавета Николаевна продолжала ходить в ветхой, много раз штопанной одежде, а принимая гостей-меценатов, она их угощала засохшими бубликами, пряниками, так как больше у нее ничего не было. В беседе с Эртелем господин Т. выразил свое мнение по отношению к героине: «Таких стрелять, чтоб не мучились. <...> Человек позволяет себе ничего не мочь, ничего не уметь <...>. Понятно, что она женщина. Но другие же делают усилия, заканчивают ну вот хоть бухгалтерские курсы. Нет, вы поймите меня правильно, я ей помогаю, куда я денусь, если вдова Сергея Александровича просит помочь. Но мне неприятно. Потому что эта вдовица — прирожденный паразит. Такие существа издают вибрации, чтобы подманивать доноров, вроде нас с вами. Знаете, как сладко их баловать, намного слаще, чем своих детей, например. <...> С ними делаешь массу добра — и ни во что, в пустоту. <...> Мой вам совет: не ходите вы к ней. Ее там все обобрали — соседи, прислуга. Ей сейчас много надо. Поберегите себя» [4, с. 333–334]. Но влюбленный Эртель, хоть «и сам угадывал в Елизавете Николаевне какую-то бесформенную, ничем не наполняемую пустоту» [4, с. 335], не мог не ходить к ней в гости, не пребывать в ее тесной «плюшевой» гостиной, куда его тянуло какое-то мистическое желание поклониться праху вечности.

Так, мужчины, откликнувшиеся на просьбу Ракитиной, не претендуют на ее руку, а только помогают, вкладывая в поддержание уникального экспоната немалые деньги. А предметом встреч героини с Павлом Ивановичем Эртелем, сорокалетним женатым мужчиной, был кот Басилевс — единственное существо, к которому женщина была привязана после смерти супруга. Будучи таксидермистом (изготовителем чучел) Эртель должен был после смерти кота превратить его в чучело в единой композиции с любимой игрушкой Басилевса — плюшевой крысой. Таким образом, в рассказе можно выделить цепь взаимных зависимостей в композиционной схеме «игрок — игрушка»: судьба — Эртель — Ракитина — Басилевс — плюшевая крыса.

При общении с героиней Эртель видит в ней молодую женщину, не знавшую жизни и затаившуюся под маской старости. Старость Ракитиной — это ее защитная имитация подлинности, а сама женщина — это субстанция пустоты, обладающая самостоятельной инициативой. Интересна и фамилия героини: ракета — ивовое дерево, символизирующее непорочность, ломкость, хрупкость, кротость, женственность, грацию и артистические способности.

Носительница фамилии «Ракитина» со смирением принимает лишения судьбы; подобно плакучей иве, она слезно просит меценатов о помощи и с девичьей кротостью ждет их решения, артистично обольщая своей женственностью. По мнению М. Ю. Гаврилкиной, «в инкубационный период Пустота скрывает себя, имитируя то незащищенность, то привязанность, а то и любовь, а затем обрушивается на человека с необратимой стремительностью, не оставляя шансов на выздоровление» [3]. Следовательно, пустота перестает быть в произведении только философским понятием, означающим отсутствие содержания, заполнения чего-либо. Этот термин вбирает в себя большие и разные смыслы и переходит в идею, содержащую много значений (*концепт*). Концепт пустоты в рассказе включает в себя такие толкования, как «отсутствие наполненности», «полый внутри», «нежилой, ненаселенный» (в осмыслении захламленности квартиры Ракитиной), разг. «ничего не имеющий при себе, ничего не несущий; свободный от занятий, дел», *перен.* «опустошенный, не способный чувствовать, мыслить; несерьезный, духовно ограниченный (о человеке); бесполезный, бесплодный, незначительный, ничтожный», «дело, обстоятельство, слова, не заслуживающие внимания» (характеристика ежедневного времяпрепровождения героини), «отсутствие денег» (сколько бы героимужчины ни помогали бы Ракитиной, эти деньги уходили в *никуда*, в пустоту) [см.: 5, Т. 3, с. 560–561]. При этом в концепт пустоты, реализованный автором в тексте, входит и переносное значение понятия *пустоцвета*: «человек, деятельность, жизнь которого не приносит пользы другим людям, обществу» [5, Т. 3, с. 562]. В связи с этим и господин Т. определяет жизнь героини как паразитическое существование.

Тогда как господин К., встретив Эртеля и Т. в клубе с говорящим названием «Единорог», предсказал неожиданную развязку событий:

— <...> А ведь не имеете никакого прогноза, чем кончится ваш благотворительный роман! Зависли, а?

— Зависли, — легко согласился Т. — Самое лучшее, если все это кончится ничем. Лично я ни за что не держусь и ничего от Елизаветы Николаевны не хочу. Не особенно даже стремлюсь ее видеть. Если рассосется, то и слава богу.

— Не надейтесь! Будет вам финал, — грозно пообещал К. [4, с. 355].

И финалом стала неизбежная смерть героини: желая сохранить накопленные деньги, она отправилась в банк и на одном из пешеходных переходов выронила сумку; долго пытаясь ее поднять, Ракитина не заметила, как светофор поменял цвет, и машины поехали. Но алогизм кроется даже в смерти этой молодой старушки, так как, ударившись о бампер машины, Елизавета Николаевна умерла от сердечного приступа (*«Удивительно, но ни один из визжащих, бьющихся, сошедших с ума автомобилей даже не за-*

дел распростертого тела: оно осталось неповрежденным, с единственным кровоподтеком на высоком, как амфора, белом бедре. Казалось, что женщина просто-напросто ушла в себя — настолько глубоко, что возвращение к жизни стало невозможным» [4, с. 369]). Создается ощущение, что в воздухе растворилась пустота, таящаяся долгие годы в теле этой женщины. А освобожденное от пустоты тело явило свету молодую девушку, до этого сокрытую в старухе. Так, прохожие утверждали, что ДТП произошло из-за горбатой старухи, но на месте происшествия обнаружили лишь труп бледной красавицы лет тридцати. А водитель джипа, нанесшего удар женщине, вообще был уверен в том, что перед столкновением «с бабки свалилась навзничь громадная бурая шляпа и одновременно у нее за спиной затрепетали прозрачные крылья. Юная женщина делала летательные движения у него перед бампером, вздымая в воздух дерматиную тушку, и смеялась» [4, с. 365]. Иначе говоря, водитель увидел пустоту, *похожую на помрачение рассудка*, а Елизавета Николаевна предстала перед ним в расколдованном виде: пронзительно синие глаза, золотые волосы ангела и прозрачные крылья за спиной.

Однако, как и в других произведениях О. Славниковой (например, в романе «Один в зеркале»), умершая не растворилась полностью в небытии, а осталась в пространстве каким-то неопределенным метафизическим холодком в комнатах своего жилища. Именно что-то неопределенное почувствовал Эртель, когда зашел в опустевшую квартиру, где сотрудники милиции проводили опись имущества. Гибель Ракитиной становится трагедией для героя, так как Эртель потерял человека, разделявшего его эмоции, и не понимал, как еще вчера в живом человеке сегодня остановилось время. Терзаемый обещанием сделать чучело из Басилевса, он занялся его поисками. Умершего кота Эртелю принесли за вознаграждение, и герой с удовольствием истинного художника проделал почти невозможную работу по восстановлению «подгнившей тушки». Создание чучела кота можно считать послесловием, так как макетная композиция из Басилевса и его любимой плюшевой крысы символизирует взаимоотношения Ракитиной и Эртеля. А смерть кота сразу же после гибели хозяйки предопределяет судьбу Эртеля: скорее всего, это будет осознанное слияние с пустотой.

В рассказе «Басилевс» писательница отразила посредством зеркал имитацию подлинности, изобразила как бы перевернутую копию мироустройства: так бог творит мир, вдыхая жизнь в мертвую материю, а чучельник создает иллюзию живых существ из бывшего живого. Эртель желает повторить божественное деяние в своих попытках оживить неживое, но эти усилия направлены на то, чтобы воскресить тех, кто еще при жизни утратил свойство живого.

Архетип зеркал актуализирует существование на границе реальностей, разных временных отрезков. Зеркальные отражения сообщают информацию о недостаточности и неполноте реального времени, отсутствии героев в действительности. Концепт времени в тексте Славниковой вбирает в себя следующие смыслы: *длительность существования происходящих отношений* между героиней и Эртелем, *измеряемая* минутами, часами, месяцами, годами; *краткость* семейного *промежутка времени* у Ракитиной и Сергея Александровича — чиновника Внешторга; *свободные часы, досуг* женщины; *определенный, известный момент* — смерть Елизаветы Николаевны; философское толкование «всеобщая объективная форма существования материи, проявляющаяся в длительности и последовательности, неотъемлемо от движения»; это и *периоды, на которые делится год* и в соответствии с которыми живут все персонажи рассказа [см. токование термина «время»: 5, Т. 1, с. 226–227]. А концепт времени, реализованный в художественном тексте уральской

писательницы, неразрывно связан с концептом пустоты. Тогда как контакт героев с пустотой в произведении выражен бессознательным и сознательным взаимопритяжением Елизаветы Николаевны Ракитиной к ветхости и пыли, героев-мужчин — к пустоте Ракитиной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Литература стала слишком политизированной (интервью «М24.ру» от 15 октября 2014 года).— Режим доступа: <https://bookmix.ru/groups/viewtopic.phtml?id=1176>. Дата обращения: 20.02.2018.
2. Рахаева Ю. Беседа с Ольгой Славниковой / Ю. Рахаева // Дружба народов.— 2009.— № 6.— 05.01.2010.
3. Гаврилкина М. Ю. Концепт пустоты в прозе О. Славниковой: дис. ... канд. филол. н. / М. Ю. Гаврилкина.— Иркутск, 2013.— 176 с.
4. Славникова О. А. Басилевс: [роман, рассказ] / Ольга Славникова.— М.: АСТ: Астрель, 2011.— 380 с.
5. Словарь русского языка: В 4 т. / АН СССР; под ред. А. П. Евгеньевой.— М.: Русский язык, 1981–1984.— Т. 1–4.

Российский университет транспорта (МИИТ)

Родикова О. В., кандидат филологических наук, доцент
кафедры «Русский язык и межкультурная коммуникация»
E-mail: ov.rodokowa@yandex.ru

Russian University of Transport (MIIT)

Rodikova O. V., Candidate of philological Sciences,
associate Professor «The Russian language and intercultural
communication»
E-mail: ov.rodokowa@yandex.ru

СПЕЦИФИКА ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ СЕМАНТИКИ ТОПОНИМОВ

А. В. Рудакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 24 января 2019 г.

Аннотация: статья посвящена психолингвистическому исследованию семантики топонимов и гидронимов. Описывается специфика психолингвистического описания значения имени собственного (параметрический принцип описания семантики топонимов и гидронимов).

Ключевые слова: психолингвистика, топоним, ассоциативный эксперимент, семантика, психолингвистическое значение

Abstract: the Article is devoted to the psycholinguistic study of the semantics of toponyms and hydronyms. The specificity of psycholinguistic description of the proper name meaning (parametric principle of toponyms and hydronyms semantics description) is described.

Keywords: psycholinguistics, toponym, associative experiment, semantics, psycholinguistic meaning

Психолингвистическое исследование семантики нарицательных имен существительных в настоящий момент достаточно подробно представлено во многих работах [1; 2 и др.]. Однако с помощью психолингвистических методов возможно исследование семантики и имен собственных.

До сих пор наиболее дискуссионным является вопрос о специфике семантической структуры имен собственных в отличие от имен нарицательных. Психолингвистический подход к изучению семантики собственного имени позволяет «примирить» все точки зрения на данную проблему. Психолингвистические методы исследования семантики онимов выявляют узуальные и окказиональные семантические компоненты, актуальные для языкового сознания носителей языка. Кроме того, результаты психолингвистических экспериментов показывают, что имена собственные обладают вполне конкретной семантикой. Именно эксперимент дает доступ к богатой и интересной семантике онима.

Первые попытки психолингвистического исследования семантики имени собственного относятся к концу XX — началу XXI вв.: известна работа Т. Е. Никольской «Ассоциативное поле личного имени» [3], в которой предпринимается анализ ассоциативного значения личных имен (*Георгий, Евгений, Лидия, Шурик, Толик* и др.); диссертационные исследования И. С. Карабулатовой и Т. С. Доржиевой, посвященные исследованию топонимов и выявлению типов связей между стимулом-топонимом и реакцией [4; 5]. Отметим и другие работы, в которых есть элементы экспериментального исследования семантики собственных имен [6; 7 и др.].

В 2000–2010 гг. одним из членов проблемной группы Центра коммуникативных исследований Воронежского государственного университета в рамках магистерского диссертационного исследования было осуществлено пилотажное описание семантики нескольких онимов русского языка [8]. Исследование семантики имен выполнялось лингвокогнитивными методами, что предполагало использование ряда методик, одна из которых — проведение свободного ассоциативного эксперимента со стимулами-онимами и дальнейшая семантическая интерпретация единиц их ассоциативных полей. В настоящий момент детально разработана методика психолингвистического описания семантики имен собственных — антропонимов и топонимов [9; 10; 11; 12 и др.].

Цель данного исследования — представить специфику психолингвистического описания семантики топонимов. Продемонстрируем методику описания их семантики на примере двух видов:

1) наименований стран и городов (ойконимов, в дальнейшем — собственно топонимов) 20: БОРИСОГЛЕБСК, ВОЛГОГРАД, ВОРОНЕЖ, ЛИПЕЦК, ЛОНДОН, МОСКВА, НЬЮ-ЙОРК, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, СОЧИ, ЯРОСЛАВЛЬ; БРАЗИЛИЯ, ГЕРМАНИЯ, ЕГИПЕТ, ИСПАНИЯ, ИТАЛИЯ, МЕКСИКА, НОРВЕГИЯ, СИРИЯ, ФРАНЦИЯ, ШВЕЙЦАРИЯ;

— наименований водоемов (в дальнейшем — гидронимов) 8: АМАЗОНКА, БАЙКАЛ, ВОЛГА, ВОРОНА, ДОН, ЕНИСЕЙ, КОТОРОСЛЬ, НИЛ.

В качестве материала исследования были использованы данные свободных ассоциативных экспериментов, проведенных в период с 2005 по 2018 г. (размещены в электронной базе экспериментальных данных — БАРЕКСИС-1 [13]).

Была осуществлена семантическая интерпретация ассоциативных полей. Каждый ассоциат интерпретировался как вербализация конкретного семантического признака слова-стимула по специальной методике (подробно представлена в [14]). Описание психолингвистического значения топонимов и гидронимов осуществлялось по базовой трафаретной модели [15].

Денотативный макрокомпонент значения топонимов и гидронимов представлен признаковой и реляционной частями.

В признаковую часть входят архисемы и дифференциальные семы. В качестве архисемы топонимов и гидронимов выступает соответствующий классифицирующий признак — «вид топонима» (государство, город и др.), и «вид гидронима» (река, озеро, океан и др.). Отдельно может быть указан статус населенного пункта — «столица». Ассоциаты типа *населенный пункт, водоем* при семантической интерпретации считаются частью семантического содержания соответствующих сем.

Архисемы топонимов и гидронимов обычно имеют высокий индекс яркости, денотативные дифференциальные семы отличаются невысокими показателями (индекс яркости семы высчитывается как отношение количества реакций, вербализующих отдельный семантический признак, к общему количеству опрошенных). Например:

АМАЗОНКА

1. Река в Южной Америке

Архисема: река **0,15**

Дифференциальные семы: протекает в Южной Америке 0,10; протекает в джунглях 0,09; берега населяют дикие племена 0,04; в ней обитают крокодилы 0,04, в ней обитают пирании 0,03; самая большая 0,02; вдоль берегов живут анаконды 0,02, протекает по территории Бразилии 0,02; известен миф о жизни амазонок вдоль реки 0,02 и др.

2. Женщина-воин

Архисема: женщина **0,24**

Дифференциальные семы: представительница дикого народа 0,03; воительница 0,02; является персонажем фильмов 0,02; ездила на коне 0,01; мужественная 0,01, красивая 0,01, сексуальная 0,01, ненавидела мужчин 0,01 и др.

Отмечены примеры, в которых индекс яркости архисемы примерно равен индексу яркости дифференциальной семы или намного ниже его:

НИЛ

Архисема: река **0,18**

Дифференциальные семы: протекает по территории Египта 0,33; в ней обитают крокодилы 0,16; протекает на востоке Африки 0,14

Иногда архисема имени собственного может быть не вербализована в эксперименте. В таких случаях она формулируется исследователем и указывается

им в квадратных скобках, например: ГЕРМАНИЯ — [государство]; МЕХИКО — [город].

Дифференциальные семы денотативного макрокомпонента топонимов и гидронимов имеют ярко выраженную параметрическую специфику. Некоторые семантические параметры описания топонимов и гидронимов совпадают, однако отмечены и специфичные для каждого вида параметры описания психолингвистического значения слова. Перечислим семантические параметры, выделяемые в семантической структуре топонимов (примеры сем приводятся с индексом яркости; если индекс яркости семы менее 0,01, то приводится формулировка семы без указания индекса яркости):

- «локация» (географическое и политическое месторасположения): ЛОНДОН — располагается на острове 0,01; находится в устье реки Темзы; ЕГИПЕТ — омывается Красным морем 0,01, там протекает река Нил 0,05;
- «государственные символы» (флаг, герб, гимн и др.): ШВЕЙЦАРИЯ — на флаге изображен крест; БРАЗИЛИЯ — имеет государственный флаг желтого цвета с синим кругом 0,04;
- «административный статус»: БОРИСОГЛЕБСК — является районным центром; МЕКСИКА — является частью Латинской Америки;
- «управляющее лицо, глава»: ГЕРМАНИЯ — возглавляется федеральным канцлером Ангелой Меркель 0,01;
- «составные части объекта»: ИТАЛИЯ — включает города Милан, Венеция, Тоскана, Флоренция; ЛОНДОН — включает деловую часть города Сити;
- «физические характеристики» (величина, протяженность и др.): МОСКВА — большая 0,29; БОРИСОГЛЕБСК — маленький 0,03;
- «качественные характеристики» (чистота, степень озеленения, уровень жизни и др.): ШВЕЙЦАРИЯ — страна с высоким уровнем жизни 0,03, есть горнолыжные курорты 0,02;
- «природные условия»: ЛОНДОН — с влажным климатом 0,16; БРАЗИЛИЯ — расположена в тропиках 0,02;
- «производимая продукция»: ШВЕЙЦАРИЯ — является местом производства часов 0,48, является местом производства шоколада 0,07, является местом производства сыра 0,06;
- «население»: СИРИЯ — основное население — сирийцы 0,01, мужчины носят бороду 0,01, традиционная одежда женщин-мусульманок — хиджаб 0,01;
- «достопримечательности»: ЛОНДОН — в нем находятся Биг-Бен 0,13, резиденция королевы Елизаветы II 0,05, Тауэр 0,04; в нем находятся Букингемский дворец, Вестминстерское аббатство, здание Парламента, Тауэрский мост; Альберт-холл, колесо «Лондонский глаз», му-

зей восковых фигур мадам Тюссо, Трафальгарская площадь;

- «отличительный признак»: ЛОНДОН — двухэтажные красные автобусы 0,02; НОРВЕГИЯ — узкие извилистые морские заливы ледникового происхождения фьорды 0,05; ЕГИПЕТ — египетский крест «анх» 0,01;
- «эстетическая оценка»: ГЕРМАНИЯ — красивая 0,02;
- «общественная значимость»: ЕГИПЕТ — является туристической зоной 0,01; ШВЕЙЦАРИЯ — соблюдает нейтралитет в конфликтных ситуациях 0,02;
- «степень опасности»: БРАЗИЛИЯ — с высоким уровнем преступности 0,02;
- «традиции»: ИТАЛИЯ — традиционные национальные блюда — пицца 0,24, паста 0,14;
- «символическая актуализация»: ФРАНЦИЯ — символ романтики 0,01; ШВЕЙЦАРИЯ — символ надежности 0,01; ЛОНДОН — символ чопорности 0,01;
- «общественно значимые события»: БРАЗИЛИЯ — ежегодно проходит карнавал с танцами 0,18; в 2014 году проходил чемпионат мира по футболу 0,02; в 2016 г. проходила Олимпиада 0,01;
- «исторические реалии»: ЕГИПЕТ — правителем древнего Египта являлся фараон 0,11, священным животным является кошка 0,01;
- «связь с носителем языка»: БОРИСОГЛЕБСК — незнакомо мне 0,01, там живут мои знакомые 0,04;
- «вызываемые эмоции, чувства»: СИРИЯ — вызывает чувство страха 0,01; НЬЮ-ЙОРК — вызывает желание посетить 0,04; ЛОНДОН — вызывает желание посетить;
- «однопорядковые объекты»: ШВЕЙЦАРИЯ — стоит в одном ряду со Швецией.

Перечислим семантические параметры, выделяемые в семантической структуре гидронимов: «локация»; «составные части объекта»; «физические характеристики»; «вхождение в другой объект»; «качественные характеристики»; «окружающие природные условия»; «обитатели водоема»; «окружающие материальные объекты»; «эстетическая оценка»; «общественная значимость»; «исторические реалии»; «связь с носителем языка»; «символическая актуализация»; «вызываемые эмоции, чувства»; «мифы, версии, слухи»; «однопорядковые объекты».

Возможно выделение и других параметров признаковой части денотативного макрокомпонента топонимов и гидронимов. Создание списка семантических параметров, типичных для каждой группы онимов, позволяет упорядочить и унифицировать описание семантики собственных имен; выявить «заполненные» и оставшиеся невербализованными части семантики слова.

Реляционная часть денотативного макрокомпонента представлена ассоциатами, характеризующими внешние связи топонимов и гидронимов.

- «симилятивные связи»: ЛОНДОН — то же, что «город туманов» 0,01, Туманный Альбион 0,01; НЬЮ-ЙОРК — то же, что «большое яблоко» 0,03; НИЛ — то же, что «река жизни»;
- «актуализация прецедентных текстов»: ВОЛГА — известна песня, исполненная Зыкиной 0,10; известна картина И. Е. Репина «Бурлаки на Волге» 0,01; БРАЗИЛИЯ — известна песня «Бразилия — Арива» 0,01; АМАЗОНКА — известна песня С. Никитина «На далекой Амазонке...» 0,01;
- «актуализация устойчивых выражений»: ВОЛГА — известно выражение «Волга-матушка» 0,18; ДОН — в народе называется «Дон-батюшка» 0,03; «Дон-дедушка».

Коннотативный макрокомпонент психолингвистического значения представлен оценочными (неоценочное, неодобрительное, одобрительное) и эмоциональными (неэмоциональное, отрицательно-эмоциональное, положительно-эмоциональное) семами. Оценочность и эмоциональность семем топонимов и гидронимов описываются по ассоциативным реакциям. Например:

ВОЛГА

1. Река. Одобрительное 0,02; неодобрительное 0,01. Неэмоциональное. СИЯ 0,91

2. Автомобиль «Волга». Неоценочное. Неэмоциональное. СИЯ 0,09

Метаязыковой макрокомпонент психолингвистического значения представлен метаязыковыми семами, указывающими на языковые характеристики слова-стимула (происхождение названия, близость фонетического облика, способ произношения и др.), например: ШВЕЙЦАРИЯ — название похоже на слова «Швеция»; КОТОРОСЛЬ — название похоже на слова «поросль», «недоросль»; ударение падает на первый слог и др.

Анализ семантем топонимов и гидронимов показывает, что большинство топонимов относятся к односемным единицам. Это, скорее всего, связано с тем, что названия стран и городов редко используются для наименования иных объектов. В нашем исследовании из 20 топонимов 19 слов односемны. Из двух семем состоит семантема топонима БОРИСОГЛЕБСК — 1. Город в Воронежской области. 2. Поселок в Ярославской области. Слова ВОРОНЕЖ и МОСКВА потенциально имеют вторую семему «река», которая в анализируемых нами экспериментальных данных не вербализована.

Несколько иное дело — гидронимы. Из восьми наименований семь имеют две и более семем (кроме гидронима КОТОРОСЛЬ). Приведем некоторые примеры: БАЙКАЛ — 2. Напиток. СИЯ 0,23; НИЛ —

2. Имя американского астронавта Армстронга. СИЯ менее 0,01.

Наиболее актуальной для языкового сознания носителей языка в составе гидронима является сема «водоем», только у слова ВОРОНА более яркой для испытуемых оказалась сема «птица» (примерно в 3 раза).

В семантической структуре топонимов и гидронимов выделяются семантические компоненты, которые не соответствуют действительности — *ложные семы*: ШВЕЙЦАРИЯ: известен литературный герой швейцарского автора — Карлсон 0,02 (автор — шведская писательница Астрид Линдгрен); жители носят клетчатые юбки, граничит с Австралией (граничит с Австрией); АМАЗОНКА: находится в Африке 0,03; протекает в Северной Америке (в Южной Америке).

Контаминированное значение отмечено только у слова ЕНИСЕЙ, фонетический облик которого в языковом сознании носителей языка сближается с другим именем собственным — антропонимом ЕЛИСЕЙ: 2. Герой сказок — Елисей. СИЯ 0,08. 3. Имя мужчины. СИЯ 0,03.

Анализ влияния групповых (социальных) параметров носителей языка на психолингвистическое значение имени собственного показывает, что гендерные различия мало влияют на понимание слова и ассоциирование, наибольшее влияние оказывают возрастной и региональный факторы (от них зависит, в первую очередь, освоенность онима, осведомленность о признаках имени собственного).

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И. А. Психолингвистические значения наименований лиц в русском языке (опыт словаря) / И. А. Стернин и др. // Язык и национальное сознание: сборник научных статей / Под ред. И. А. Стернина. — Вып. 19. — Воронеж: Истоки, 2013. — С. 126–156.
2. Стернин И. А. Проект «Значение как феномен языкового сознания» (психолингвистическое значение слова) / И. А. Стернин, А. В. Рудакова, О. Е. Виноградова // Вопросы психолингвистики. — 2017. — № 2(32). — С. 211–225.
3. Никольская Т. Е. Ассоциативное поле личного имени / Т. Е. Никольская // Семантика языковых единиц: доклады VI Международной конференции. — Т. 1. — М., 1998. — С. 188–190. — Режим доступа: <https://drive.google.com/file/d/0ByVliFRCU31YRnNKVU5XenZma3c/view> [дата обращения: 22.01.2019]
4. Доржиева Т. С. Семантика топонимов чайного пути на территории Бурятии: ассоциативный эксперимент: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. С. Доржиева. — Элиста, 2013. — 23 с.
5. Карабулатова И. С. Русская топонимия в этнопсихолингвистическом аспекте: дис. ... докт. филол. наук / И. С. Карабулатова. — Тверь, 2002. — 501 с.
6. Бирюкова Н. С. Восприятие студентами прецедентных феноменов, используемых в современной политической коммуникации: дис. ... канд. филол. наук / Н. С. Бирюкова. — Екатеринбург, 2005. — 197 с.
7. Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: дис. ... доктора филол. наук / Д. Б. Гудков. — М., 1999. — 400 с.
8. Полубоярин С. В. Топонимические концепты как предмет лингвокогнитивного описания / С. В. Полубоярин // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2010. — № 3 (024). — С. 139–145.
9. Коваленко С. В. Семантика имени собственного в психолингвистическом аспекте (экспериментальное исследование семантики антропонима Ал. Македонский) / С. В. Коваленко // Культура общения и ее формирование: сб. науч. трудов / Под ред. И. А. Стернина. — Воронеж: Истоки, 2017. — Вып. 33. — С. 57–59.
10. Коваленко С. В. Сопоставительное исследование семантики антропонимов МАТИН ЛЮТЕР и МАТИН ЛЮТЕР КИНГ (на основе экспериментальных данных) / С. В. Коваленко // Сопоставительные исследования 2018: материалы IV Всероссийской научной конференции «Сопоставительные методы в лингвистических исследованиях. Межъязыковое и внутриязыковое сопоставление» (Воронеж, 2–3 февраля 2018 г.) / Науч. ред. М. А. Стернина. — Вып. 15. — Воронеж: ООО Издательство «РИТМ», 2018. — С. 156–158.
11. Стернин И. А. Темпоральные варианты описания психолингвистического значения лица / И. А. Стернин, С. В. Коваленко, С. В. Полубоярин // Психолингвистика и лексикография: сб. науч. ст. / Науч. ред. А. В. Рудакова. — Вып. 3. — Воронеж: Истоки, 2016. — С. 110–112.
12. Дьяконова Е. А. Сопоставительный анализ психолингвистических значений топонимических вариантов (Санкт-Петербург, Петербург, Петроград, Питер, Ленинград) / Е. А. Дьяконова // Сопоставительные исследования 2018: материалы IV Всероссийской научной конференции «Сопоставительные методы в лингвистических исследованиях. Межъязыковое и внутриязыковое сопоставление» (Воронеж, 2–3 февраля 2018 г.) / Науч. ред. М. А. Стернина. — Вып. 15. — Воронеж: ООО Издательство «РИТМ», 2018. — С. 149–155.
13. БАРЕКСИС 1 — Банк результатов экспериментальных исследований Центра коммуникативных исследований ВГУ. Руководство пользователя (с приложением CD-ROM) // Сост. и науч. ред. И. А. Стернин, А. В. Рудакова. — Воронеж, ЦКИ ВГУ: Истоки, 2015. — 24 с.
14. Стернин И. А. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы: монография / И. А. Стернин, А. В. Рудакова. — LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011. — 192 с.
15. Рудакова А. В. Трафаретная модель описания психолингвистического значения слова / А. В. Рудакова, И. А. Стернин // Психолингвистика и лексикография: сб. науч. тр. / Науч. ред. А. В. Рудакова. — Воронеж: Истоки, 2015. — Вып. 2. — 223 с. — С. 97–110.

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

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

ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ АНТИУТОПИЯ М. УЭЛЬБЕКА «ПОКОРНОСТЬ»: ПОСЛЕДНИЙ ДУХОВНЫЙ КРИЗИС ЕВРОПЕЙСКОГО МИРА

Л. Ю. Стрельникова

Армавирский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 24 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается роман-антиутопия французского писателя М. Уэльбека «Покорность» с точки зрения современной глобалистской идеологии. В своем романе автор показывает утрату Европой своей национальной и религиозной идентичности в стремлении сохранить комфорт и инстинкт потребления. На примере типичного французского интеллигента М. Уэльбек описывает крушение традиционных гуманистических идеалов, которые заменяются идеями космополитизма и конформизма.

Ключевые слова: антиутопия, постмодернизм, Уэльбек, глобализм, демократия, дегуманизация, гиперреальность, симулякр.

Abstract: the article is dedicated to the novel-antiutopia "Soumission" by French writer M. Houellebecq from the point of view of modern globalist ideology. In the novel the author shows Europe's loss of national and religious identity in an effort to preserve the comfort and instinct of the consumption. By the example of a typical French intellectual M. Houellebecq describes the crash of traditional humanistic ideals which are replaced with the ideas of the cosmopolitanism and the conformism.

Keywords: antiutopia, postmodernism, Houellebecq, globalism, democracy, dehumanization, hiperreality, simulacrum

На рубеже XX–XXI веков Европа стала превращаться в бессубъектный симулякр, несуществующую модель гиперреального, отделившуюся от осязаемой территории, воплощая концепцию Ж. Бодрийера об устранении реальности как таковой в ее жизненных формах, подмененных «пустыней самого реального» [1, 17]. В ситуации неразрешимых противоречий между утопическими надеждами европейцев и безличной антиутопической действительностью происходит утрата базовых консервативных ценностей и подмена их ложными установками и представлениями. Вопросы деградации и неминуемого исчезновения европейского сообщества под воздействием продвигаемой глобалистской неолиберальной надгосударственной идеологии рассматриваются французским писателем-мизантропом М. Уэльбеком в романе-антиутопии «Покорность» (2015), жанрово определяемым автором как «политическая фантастика». Уэльбек продолжает традицию антиутопий XX века (Дж. Оруэлл, О. Хаксли, Р. Бредбери), запечатлевших трагедию распада европейской цивилизации, пораженной кризисом веры и разочарованием в научно-техническом прогрессе. На место рационального познания и культуры ставится материальное существование, определяя бытие современного человека.

Несмотря на то, что М. Уэльбека обвиняли в исламофобии, он обращается не к теме востока, а к проблемам европейской жизни, не надеясь на положитель-

ные изменения и предвещая, подобно О. Шпенглеру и Ф. Ницше, смерть богов и закат западной цивилизации. На встрече с читателями в Кёльне писатель заявил о своей нетолерантной позиции: «После того, что произошло, могло бы быть ещё хуже. Я должен был бы постоянно объяснять, что, во-первых, я написал не исламофобскую книгу, а во-вторых, у меня есть право написать исламофобскую книгу» [2].

Трагизм современного западного общества, в представлении писателя, состоит в том, что оно утратило способность действовать разумно, перейдя в перманентное «состояние лицедейства», следуя воображаемым перспективам, когда, по словам Ж. Бодрийера, «все утопии обрели реальные очертания.., все же стали реальностью» [3, 242]. Идейной подоплекой романа следует считать выработанную послевоенной политической элитой идеологию мультикультурализма и внушение европейцам чувства вины и ответственности за колониализм, фашизм и нацизм. Точка зрения М. Уэльбека выражается сквозь призму пессимистических учений О. Шпенглера, Ф. Ницше, А. Бретона, Ж. Бодрийера и др., считавших, что Европа неуклонно движется к своему краху, совершая политическое и духовное самоубийство.

О. Шпенглер в своей книге «Закат Европы» предвещает завершение исследовательских целей фаустовского человека, «конец света как завершение внутренне необходимого развития — вот закат богов» [4, 490]. Как считал О. Шпенглер, устремленная к познанию и деятельности фаустовская душа пресы-

тилась знаниями и культурой, состарилась, утратив радость от получаемых научных результатов, «смерть науки заключалась в том, что она больше ни для кого не событие» [4, 491]. В результате европейское сознание захватил дух скептицизма по отношению к разуму, дальнейшее развитие получил и духовный кризис, как посчитали европейцы, цели познания достигнуты, поэтому Фауст во второй части трагедии Гете умирает. Предрекая крах западной цивилизации, О. Шпенглер утверждает: «Нам еще предстоит последний духовный кризис, который охватит весь европейско-американский мир» [4, 491].

С точки зрения идеологов нового взгляда на действительность, бинаризм оппозиционных понятий подменяется релятивизмом, выявляя противоречия внутри целого, в связи с чем сохраняет актуальность положение сюрреалиста А. Бретона, бросившего вызов рационалистическому детерминизму: «все заставляет нас верить, что существует некая точка духа, в которой жизнь и смерть, реальное и воображаемое, прошлое и будущее, передаваемое и непередаваемое, высокое и низкое уже не воспринимаются как противоречия» [5].

При всей политизированности романа и попытке осмыслить пути движения современной западной цивилизации, М. Уэльбек действует как постмодернистский писатель, стремясь не поучать, а развлекать читателя, следуя принципам безответственного искусства, перемещаясь от созидания к разрушению и окончательной деструкции. Писатель и сам признается, что «не чувствует себя ответственным. Суть романа заключается в том, чтобы развлечь читателей, и страх в нем является одним из самых увлекательных вещей» [2].

В романе описываются события недалекого будущего 2022 года, связанные с выборами президента во Франции, на место которого претендуют реальные политические фигуры — представитель Национального фронта Марин Ле Пен и кандидат от партии Мусульманского братства Мохаммед Бен Аббес. Познакомившись с романом, Ле Пен назвала книгу «вымыслом, который может стать реальностью» [2]. М. Уэльбек и изображает Францию как государство нового типа под управлением исламистов, покорность же становится показателем толерантности и утраты национальной и личностной идентичности.

Главный герой романа профессор литературы Франсуа — типичный европеец-интеллигент, приверженец толерантных ценностей и стереотипов, он воплощает собой «отказ от культуры», так как она «перестает обнаруживаться в высших научных интеллигенциях» [4, 491] в силу ее обмельчания и бесплодности деятельности, не связанной с национальными интересами общества. Защитив диссертацию в Сорбонне о творчестве декадента Жориса-Карла Гюисманса, он пришел к выводу о бесполезности

научных достижений в обществе потребления, где каждый одержим жадой денег и стремится «заполучить место под солнцем в мире, основанном, как они полагают и надеются, на соревновательном принципе, к тому же их раззадоривают всякого рода идола, будь то спортсмены, модные дизайнеры, создатели веб-сайтов, актеры или топ-модели» [6, 12].

Ни о какой созидательной деятельности речи не идет, главное, попасть в модный тренд, не отстать от буржуазного ритма жизни, целью которого является неутолимое удовлетворение материальных желаний. Европейский человек превратился в средство манипуляции надгосударственными корпорациями, утратив национальную идентичность, по сути, превратившись в марионетку либерального глобализма. Отсюда его неуверенность в себе и своем будущем, понимание своей никчемности, энтропийное настроение, что свойственно и герою романа.

Своим кумиром герой считает Жориса-Карла Гюисманса, французского писателя рубежа XIX–XX веков. Декадент и сатанист, Гюисманс в своем романе «Наоборот» вслед за Ф. Ницше и мистиками декаданса проповедует человеконенавистничество и поклонение потусторонним силам, воспринимая зло как основу современного бытия. В условиях дегуманизации сознания и культуры взгляд героя на литературу раздваивается, что позволяет говорить о проблематизации творческой ориентации современного художника, сокрушающего выработанные веками гуманистические ценности и одновременно сожалеть об их утрате. Гуманистическая часть сознания Франсуа уверена, что «только литературе подвластно пробудить в нас чувство близости с другим человеческим разумом в его полном объеме, с его слабостями и величием, ограниченностью, суетностью, навязчивыми идеями и верованиями; со всем, что тревожит, интересует, будоражит и отвращает его» [6, 13]. Но в то же время он наблюдает процесс вытеснения человеческого из искусства, которое «на наших глазах завершает свое существование». Поэтому Франсуа убежден, что функция гуманитарных наук в современной системе образования очень ограничена, она заключается в обращении к подсознательным глубинам психологии и «может дать повод для восхищения и предложить по-иному взглянуть на мир», установить мистическую «связь с разумом умершего, даже более исчерпывающую и глубокую, чем та, что может возникнуть в разговоре с другом» [6, 14]. Поскольку знание утратило свою ценность в современном мире господства массмедиа и не давало обретения уверенности, герой испытывает разочарование в пользе образования: «Образование, полученное на филологическом факультете университета, как известно, практически не имеет применения» и может быть полезным лишь как «дополнительный козырь» для устройства в сферу торговли [6, 18].

Знание теперь не ассоциируется со свободой и уверенностью в завтрашнем дне, напротив, защитив диссертацию, Франсуа пришел к пониманию, что «утратил нечто бесценное, нечто, что я уже никогда не верну: свою свободу» [6, 16] интеллектуального общения. Но он утратил свободу и в собственной жизни, поняв, что вынужден обитать в ставшем чуждым и опасным для него мире, которым теперь управляют чужеземцы — мигранты. Демонстрируются худшие качества западной демократии, при которой, как заметил еще Платон, «существует своеобразное равенство — уравнивающее равных и неравных» [7, 309], коренных и некоренных жителей:

Сформированный под влиянием дегуманизированной философии Гюисманса и Андре Бретона, Франсуа не способен на искреннее чувство, он живет жизнью интеллектуального демократа-гедониста, «угождая первому налетевшему на него желанию» [7, 313], его многочисленные ничего не значащие любовные романы выражают внутреннюю пустоту, стирающую границы между человеческим и животным состоянием: «Подружек своих я бросал вообще-то от уныния и усталости: мне просто было уже не под силу продолжать отношения, и я пытался, как мог, обезопасить себя от разочарований и отрезвления» [6, 26].

Отныне человеческое и животное уравниваются в правах в рамках глобалистской идеологии, отпадает необходимость идентификации человека в единстве в нем психической, физической и нравственной составляющих, достаточно проявления побуждений физиологических инстинктов, что фактически продолжает направление мысли О. Хаксли о создании обезчеловеченного технократического общества потребления, обеспеченного равными правами и возможностями за счет утраты принадлежности к человеческому роду и превращения в биологическую «особь» под девизом: «Общность, одинаковость, стабильность» [8, 7]. Энергия Франсуа направлена в пустоту, к нему пришло понимание, что утрачены человеческие и общественные связи и традиции, остается лишь состояние перманентного лицедейства и лицемерия, чтобы приспособиться к сложившимся обстоятельствам, которыми европейский человек не способен управлять и воздействовать на внешние обстоятельства.

Будучи интеллектуалом, Франсуа в то же время находится во власти своего подсознания и готов отказать от разумной части личности, подчиняясь внешним обстоятельствам: «разум мой блуждал в каких-то темных и смутных пространствах, и теперь мной овладела смертельная тоска» [6, 132]. Став толерантным и равнодушным, Франсуа превращается в музильского «человека без свойств»: «Я вообще ни за что», — говорит он [6, 46]. Но в его раздробленном асимметричном сознании еще сохранились «пережитки» консервативного сознания,

диктующие способ выживания: «Патриархат хорош уже тем, что существовал, я хочу сказать, что в качестве социального уклада он был устойчив, и семьи с детьми, в общем и целом, воспроизводили себе подобных по одной и той же схеме, короче, дело шло своим чередом. А сейчас детей не хватает, так что это дохлый номер» [6, 46].

Уверовав в религию технического прогресса человечества, европейцы отвергли идею трагического восприятия жизни, как замечает писатель, история повторяется, но ничему не учит современное европейское сообщество, которое в своем гедонистическом легкомыслии оказалось неспособно услышать предостережения современных «кассандр», «предрекавших гражданскую войну» между иммигрантами из мусульманских стран и коренным населением Западной Европы» [6, 63]: «Подобная слепота, впрочем, не несла в себе никакой исторической новизны: в тридцатые годы прошлого века то же самое происходило с интеллектуалами, политиками и журналистами, которые все как один были убеждены, что Гитлер “рано или поздно одумается”» [6, 64].

Оказывается, больше, чем засилье чужеродных культурных ценностей, европейцы боятся возрождения национальных традиций и самосознания, лицом которых является глава Национального фронта Марин Ле Пен. М. Уэльбек и изображает Францию как квазигосударство нового типа под управлением исламистов, покорность же становится показателем толерантности и утраты национальной и личностной идентичности. Франция же погружается теперь в религиозную борьбу между двумя мусульманскими группировками — джихадистами, считающими эту страну «землей неверия, дар аль-куфур», и не столь радикальным Мусульманским братством, для которых «Франция потенциально является частью дар аль-ислама» [6, 163].

Понимая, что коренные французы уже не являются хозяевами своей страны, Франсуа и сам трансформируется в «чистый симулякр», не имея отношения к какой-либо реальности. Слова Мопассана: «счастлив тот, кто удовлетворен жизнью, кто доволен и веселится» [6, 43], — можно считать девизом современного европейца, подобного Франсуа, не желающего променять личную эвдемонию на ответственность за судьбу своей страны и будущих поколений. Утратив национальную и культурную идентичность, Франсуа боится, как дрессированный зверь, предпочитая безвольно покориться требованиям глобализма и толерантности. М. Уэльбек демонстрирует гедонистическое видение современного человека, целью которого является неутолимое удовлетворение желаний, что побуждает его примириться с терроризмом и жить по принципу: после нас хоть потоп.

Франсуа становится пассивным, не желающим мыслить субъектом, его самость проявляется в полной бездеятельности и равнодушии, воспринимая

политическую борьбу как развлекательное шоу, игру власти, превратившейся в симуляцию, и когда власть, по характеристике Ж. Бодрийяра, «полностью исчезнет, мы будем пребывать логически в тотальной галлюцинации власти — навязчивой идее, такой, какая она уже повсюду вырисовывается, выражая одновременно непреодолимое желание от нее отделаться (никто ее уже не хочет, все хотят всучить ее друг другу) и паническую ностальгию по ее потере» [1, 46]. Отсюда двусмысленность положения европейского человека, понимающего, что президент или другой политик не более, чем марионетка глобалистской власти: «По мере истощения политической сферы Президент становится все более похожим на ту Марионетку Власти, которой является глава примитивных обществ (Кластер)» [1, 46].

Будущее впавшей в слабоумие и безволие Европы неопределенно, перед ней стоит сложный выбор между покорностью и суверенитетом: или погибнуть как цивилизация, растворившись в навязанных извне чуждых ценностях, или сохранить свою национальную идентичность. Единственной силой, способной пробудить национальное самосознание, оказался Национальный фронт Марин ле Пен, выступившей с патриотическими лозунгами «Мы — народ Франции» и «Мы у себя дома» [6, 139]. Но дальше рассуждений о результатах грядущих выборов французы не в состоянии действовать, у них наступает паралич воли, порождающий чувство покорности и безысходности: «пришла пора пойти на мировую и заключить союз с исламом» [6, 170].

М. Уэльбек дает пессимистический ответ, предопределяя судьбу Европы, скатившейся в нищезанскую бездну безверия и торжества толерантных ценностей, дающих каждому европейскому жителю гарантированное получение удовольствий при условии поклонения новым богам: «И все, с этой минуты я стану мусульманином», — таков итог свободы выбора Франсуа и его утешение в возможности жить по инерции подпольного «мертворожденного» человека, которому не о чем сожалеть, так как он остается винтиком буржуазной машины, обеспечив себя комфортом потребителя, но утратив личностное содержание [6, 343]. Герой испытывает состояние мистического экстаза от осознания удовлетворения материальных и физических потребностей, становясь одной из множества машин желаний, обитающих в безжизненном виртуальном мире осуществленных фантазмов. М. Уэльбек избрал для себя роль стороннего пассивного наблюдателя, на смену фаустовскому активному деянию приходит меланхолия, парализующая волю и интеллект, что в итоге ведет к утрате чувства жизни.

Дух жизни как Божьего творения подменяется на инстинкт выживания, герой теряет контакт со своим внутренним миром, перейдя в стадию безжизненного симулякра, «дух окончательно расстался

со мной, умалив меня до ущербного, брэнного тела» [6, 196]. Победившая идеология мультикультурализма означала изменения в сознании, ориентированном теперь на информацию СМИ, которую власть использует для манипуляций умами европейцев. Главное для власти — сохранить себя и свои привилегии, выдавая принцип желания (удовольствия) за единственно возможную реальность (гиперреальность), стремясь устранить общество от решения политических и социальных проблем, как лицемерно заявляет премьер-министр, «всякий, кто поставит себя выше демократической законности... окажется вне закона, и обращаться с ним будут соответственно» [6, 135]. Налицо все признаки тиранического государства.

М. Уэльбек рисует неутешительные перспективы недалекого будущего французского общества, которому скоро предстоит жить по мусульманским законам, ориентированным не на экономические блага и геополитику, а демографию и образование: «победа останется за группой населения с более высоким уровнем рождаемости» [6, 96]. Если французы, как и все остальные европейцы, продолжают держаться за принципы гедонизма, стремясь сохранить условия комфортной и праздной жизни: «конфи из утиной ножки никак не вязалось в моем воображении с гражданской войной, — говорит герой [6, 145], — то для мусульман важнее обеспечить «премущественность своих ценностей», включенных в созданную ими систему образования, что позволит им обеспечить устойчивость существования: «кто получит контроль над детьми, получит контроль над будущим» [6, 96]. Новая система образования ориентирована на обучение ремеслу, в то время как «обязательное школьное обучение ограничивалось начальными классами» [6, 229]. Получение высшего образования переходило в «сугубо частный» этап [6, 230] и зависело от материальных субсидий со стороны. Что это, как не борьба за души и умы молодого поколения на основе догматических идеологических и религиозных законов, отвергающих европейский дуализм и идею многообразия культур?

Таков перешедший в ислам француз Редигер, будущий ректор мусульманской Сорбонны. Он прозорливо уловил политическую конъюнктуру, сумев занять свое «место под солнцем» в измененном мире обесцененных гуманистических ценностей, которые больше не определяют национальное самосознание французов. Европейцы продолжают жить по выработанной ими формуле «жизнь есть сон», поэтому происходящее им представляется «дурным сном или ошибкой, которая в скором времени будет исправлена» [6, 137]. Уэльбека интересует вопрос: откуда у французов такое безволие и апатия в отношении своего будущего? Они «бестолково мечутся» [6, 108], не имея четкой идейной и нравственной позиции, идут на компромисс и примирение с проявлениями зла, насилия, а чтобы сохраниться, предпочитают

вписываться в коллективный (стадный) опыт, «пусть унылый, зато общий для всех», что способствовало «некоторой покорности судьбе» [6, 140].

Ответ следует искать в отсутствии внутренней жизни и духовных потребностей и состоянии тепло-хладности, срединном пребывании между добром и злом, о котором говорит Евангелие: «знаю твои дела; ты ни холоден, ни горяч; о, если бы ты был холоден, или горяч! Но, как ты тепл, а не горяч и не холоден, то извергну тебя из уст Моих» (Откр. 3:15–16). Отпадение от церкви дезориентировало и децентрировало западного человека, приведя его в ницшеанскую бездну демократии, где «боги умерли», а духовность толерантно уравнилась с низменностью, как говорил Ницше: «некогда дух был Богом, потом стал человеком, а ныне становится даже чернью» [9, 31].

Паломничество в монастырь в Пуатье не помогло Франсуа обрести утраченное религиозное чувство, он не смог проникнуться богослужениями, осознав правоту Ф. Ницше о христианстве как религии слабых. Влекомый инстинктами материальной жизни, Франсуа также «теряет контакт» с религией, особенно чувствуя эту утрату духовных связей перед статуей Мадонны: «Дух окончательно расстался со мной, умили меня до ущербного, брэнного тела» [6, 195]. Используя прием постмодернистской фрагментарности, позволяющей конструировать текст с внезапными вставками, М. Уэльбек обращается к историческому прошлому Франции как образцу национального героизма, напомнив о битве Карла Мартелла против арабов при Пуатье в 732 году: «Это была действительно решающая битва, положившая начало средневековому христианству» [6, 170]. Католическое христианство, бывшее «непререкаемым моральным авторитетом» [6, 175] и консервативной силой, объединяющей единоверцев, теперь утратило не только значение, но и смысл существования, будучи подавленным фашистскими по своей сути ценностями глобалистской идеологии. В представлении современных европейцев христианская религия — отживший атавизм, не определяющий духовные ценности современной европейской жизни. Дуалистическое сознание человека XXI века сложилось из научно-механистических представлений о божьих часах (Ньютон, Вольтер, Эйнштейн), более того, считает герой, этот аргумент «звучит все убедительнее, по мере того как наука устанавливает сеть взаимосвязей между астрофизикой и квантовой механикой» [6, 291]. Религиозные вопросы еще не утратили значения в постгуманистическом обществе, у атеизма «нет прочной основы», замечает Редигер [6, 289]. Но в то же время дуалистическое гностическое сознание объединило научность и религиозность, что замечает тот же Редигер: «Говоря о Боге, я для начала даю собеседникам почитать учебник по астрономии» [6, 289]. Оказалось, что идея мирового сообщества, основанного на неких единых уравнивающих

принципах гуманизма, оказывается ложной и успокоительной для утративших здравый смысл и жизненные ориентиры французов.

Предав историческую память, французские демократические партии, поддавшись фальшивой идее псевдонационального согласия, поддерживают кандидата от Мусульманского братства. Начатый социалистами и ЮМП (союз за народное движение) процесс интеграции в единую федеративную Европу, должен поглотить Францию и фактически стереть ее с лица земли. Чтобы сохранить политическую власть, французские партии идут на предательство интересов страны и готовы заключить союз с исламом, утешаясь тем, что Бен Аббес умеренный мусульманин, а значит, остается надежда на выживание за счет утраты национальных интересов. Власть исламского правительства, как считает герой романа, станет залогом сохранения католицизма, поскольку для мусульман злейшим врагом является не «католичество, а секуляризм, антиклерикализм, атеистический материализм» [6, 179].

Евреям будет сложнее взаимодействовать с исламом в силу обостренного палестинского вопроса, но ни католичество, ни иудаизм не являются главными врагами мусульман. Поскольку католичество — одна из трех мировых религий, необходимо повернуть направление религиозной мысли католиков и заставить их принять ислам, с иудеями будет сложнее, но они могут эмигрировать из Франции.

Подобно животному организму, Франсуа приспосабливается к изменяющейся окружающей среде, следуя дарвиновскому инстинкту самосохранения: переводит счет в другой банк, уезжает из Парижа, словом, стремится сохранить все атрибуты комфортной жизни в новых условиях. Проецируя свою жизнь на жизнь героев Гюисмана, Франсуа отмечает, что история существенно не изменилась — такое же множество политических конфликтов, терактов, локальных войн.

Преобразованная в гиперреальность современная реальность не соотносится больше с исторической правдой, события выступают как продукт медиа, череда политических шоу, а современное общество, по словам Дебора, трансформируется в «общество спектакля», где разыгрываются демократические игры в борьбу за власть, перемещая человека в пространство виртуальных отношений, он может наблюдать с экрана телевизора политические дебаты с точки зрения СМИ, превращая, по мнению западных философов (Бодрийяр, Видаль), весь мир в огромный Диснейленд: «Национальный фронт и Мусульманское братство изначально решили идти на выборы; они, словно на спор, вознамерились взять власть, соблюдая правила демократической игры» [6, 164].

В условиях постиндустриального и постгуманистического общества политическая правдоподобность опирается не на жизненный опыт, а поддерживается

через симуляции реального в массмедиа. Описанная М. Уэльбеком модель устройства современного европейского общества отражает платоновскую концепцию демократии как извращенного типа государства. Демократическая организация власти, как считает М. Уэльбек, приводит к управлению не лучших и опытных, а тех, кто «обнаружил свое расположение к толпе» [7, 309], но «не имеет ни малейшего опыта в принятии управленческих решений ни в общенациональном, ни даже в местном масштабе; в политике они просто дилетанты» [6, 169]. Идею маргинализации власти Платон считал главенствующим принципом демократии, когда вместо ответственности целью становится удовлетворение «первого налетевшего» на человека желания, поэтому «демократический строй... нисколько не озабочен тем, кто от каких занятий переходит к государственной деятельности» [7, 309]. Ничем не ограниченная свобода «в неразбавленном виде» [7, 314], в условиях демократии оборачивается в итоге тиранией, так как, по мысли Платона, «из крайней свободы возникает величайшее и жесточайшее рабство» [7, 316]. Надвигающаяся псевдодемократическая тирания Мусульманской партии под предлогом свободы начинает урезать права коренных французов (преподаватели-женщины изгоняются из университетов, вводится система раздельного и параллельного обучения, приоритет в финансировании образования отдается мусульманским школам и т.д.). Бен Аббес устанавливает исламские законы, вводится многоженство.

Результатом стратегии глобалистов становится квазигосударство, ориентированное на космополитичную модель Римской империи своей способностью «объединять народы, разделенные религией и языком», чтобы обеспечить их участие в едином политическом проекте» [6, 333]. «Высшим образцом для подражания» [6, 184] для Бен Аббеса, приверженца не только исламских, но и европейских ценностей, становится римский император Октавиан Август. Бывшая когда-то великой христианской цивилизацией, Европа скатывалась в язычество, политический плюрализм, деспотизм и дарвинизм. Перейдя красную черту, Франсуа перемещается в иное пространство гиперреальности, где устанавливается новый космический миропорядок: «В моем воображении пронесутся образы созвездий, сверхновых звезд и спиральных туманностей, а также образы источников, девственных каменистых пустынь и бескрайних, почти первозданных лесов; понемногу я проникнусь величием космического порядка» [6, 343]. Этим гиперкосмосом для героя является исламский мир, в тишине которого ему будет дан «шанс начать другую жизнь, никак, по сути, не связанную с предыдущей» [6, 344].

С точки зрения католической космогонии Франсуа перемещается в описанный Данте слепой мир, первый круг ада, названный лимбом, где царит ду-

ховная темнота язычества и бродят тени, не освещенные светом истинной веры Христа. Такова участь современного европейца — вечное движение «во тьме, ничем не озаренной» [10, 317], о чем не будет сожаления у европейского человека, живущего по «универсальным принципам, применимым ко всем живым существам» [6, 336], следуя дарвиновскому закону подчинения божественного человеческого.

Созданный европейским союзом сад земных наслаждений обернулся для его обитателей своей противоположностью — торжеством хаоса и неопределенной реальности, в которой человек вырождается до уровня ничего не значащей марионетки — потребителя материальных благ. Как и в других своих романах, пессимист М. Уэльбек предсказывает гибель западной цивилизации, к которой она идет добровольно, «вымирание представляется неотвратимым», — скажет автор в романе «Элементарные частицы» [11]. Жизненно важным для героя является не осознание никчемности его жизни, а вопрос о количестве жен, в случае, если он согласится опять преподавать в Сорбонне, перешедшей после выборов 2022 года в управление к меценатам из Саудовской Аравии. Выбор Франсуа ограничен, он плывет по течению и вместе со всеми выбирает покорность. М. Уэльбек приходит к выводу, что постмодернистский конформизм постулирует отказ от когнитивной, экзистенциальной личности, предлагая взамен маргинального вменяемого субъекта, лишённого гуманистического и духовного иммунитета, пустой след вместо живого человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр. — Тула: Тульский полиграфист, 2013. — 204 с.
2. Кризафис А. Мишель Уэльбек: «Исламофоб ли я? Вероятно, да» / А. Кризафис // The Guardian. — Режим доступа: <http://inosmi.ru/world/20150914/230253721.html> (дата обращения: 01.02.2019).
3. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр // К. Ясперс, Ж. Бодрийяр. Призрак толпы. — М.: Алгоритм, 2007. — 272 с.
4. Шпенглер О. Закат Европы. В 2 т. Т. 1 / О. Шпенглер. — М.: Айрис-пресс, 2006. — Т. 1. — 528 с.
5. Бретон А. Второй Манифест сюрреализма — Режим доступа: [Электронный ресурс] / А. Бретон. — Режим доступа: <http://refdb.ru/look/2440166.html> (дата обращения: 01.02.2019).
6. Уэльбек М. Покорность / М. Уэльбек. — М.: АСТ: CORPUS, 2016. — 352 с.
7. Платон. Государство. Законы. Политик / Платон. — М.: Мысль, 1998. — 798 с.
8. Хаксли О. О дивный новый мир / О. Хаксли. — М.: АСТ, 2013. — 284 с.
9. Ницше Ф. Так говорил Заратустра / Ф. Ницше. — Минск: Харвест, 2007. — 1037 с.
10. Данте А. Божественная комедия / А. Данте. — М.:

Терра-Книжный клуб, 2002. — 688 с.

11. Уэльбек М. Элементарные частицы / М. Уэльбек. — М.: Азбука — Аттикус, 2013. — 384 с. — Режим доступа:

http://www.libok.net/writer/2510/kniga/7331/uelbek_mishel/elementarnye_chastitsyi/read (дата обращения: 01.02.2019).

Армавирский государственный педагогический университет

Стрельникова Л. Ю., кандидат филологических наук, доцент кафедры отечественной филологии и журналистики
E-mail: lorastrelnikova@yandex.ru

Armavir state pedagogical University

Strelnikova L. Yu., Candidate of philological Sciences, assistant professor, associate Professor of the Department of national Philology and journalism
E-mail: lorastrelnikova@yandex.ru

АЛЬТЕРНАТИВА И ДОПОЛНИТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОРЫ ЛИТЕРАТУРЫ («ПАДЕНИЕ ДАИРА» А. МАЛЫШКИНА И «СОЛНЦЕ МЕРТВЫХ» И. ШМЕЛЁВА)

Сюе Чэнь

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 24 декабря 2018 г.

Аннотация: цель статьи — выявить в «Солнце мертвых» И. Шмелёва и «Падении Даира» А. Малышкина мотивы, раскрывающие взаимоисключающие взгляды писателей на завоевание Крыма Красной армией, что составляет новизну исследования. Оба произведения отразили противоположное отношение авторов к вопросам о «крушении гуманизма», «человеке массы», «грядущих гуннах», «скифах». Однако написанные в одно время тексты рассматриваются как взаимодополняющие в художественном освоении крымского катаклизма начала 1920-х годов, в осмыслении полноты правды о гражданской войне. В результате анализа текстов сделан вывод о том, что в «Падении Даира» и «Солнце мертвых» развернуты аллюзии на библейскую историю, решаются сходные экзистенциальные, онтологические, социальные вопросы.

Ключевые слова: революция, Красная армия, гражданская война, Крым, библейские образы, человек массы, жизнь, смерть, бытие.

Abstract: the purpose of the article is to identify in the “Sun of the Dead” by I. Shmelev and “The Fall of Dair” by A. Malyshev the motives that reveal the mutually exclusive views of writers on the conquest of the Crimea by the Red Army. Both pieces of work reflected in the opposite attitude of the authors to the questions about “the ruin of humanism”, “the man of the people”, “the Huns to come”, “the Scythians”. However, the texts which were written at the same time are considered as complementary in terms of the artistic learning of the Crimean cataclysm of the early 1920s, as well as in understanding the fullness of the truth about the Civil War. As a result of the text’s analysis, it was concluded that in the “Fall of Dair” and “The Sun of the Dead” allusions to the biblical history are developed and similar existential, ontological and social issues are solved.

Keywords: revolution, Red Army, civil War, Crimea, biblical, mass man, life, death, being.

Тема гражданской войны заняла ведущее место в прозе, драматургии и поэзии 1920-х годов. Уже в те годы гражданская война осмысливалась не только и не столько как факт современности, но и как явление онтологического порядка. Экзистенциальные вопросы, на наш взгляд, не уступали интерпретации социальной коллизии как начала новой эры в истории человечества. Назовем «Дитё» (1921) Вс. Иванова, «Чапаева» (1923) Д. Фурманова, «Падение Даира» (1923) А. Малышкина, «Железный поток» (1924) А. Серафимовича, «Белую гвардию» (1924) М. Булгакова, «Сорок первый» (1924) Б. Лавренева, «Конармию» (1926) И. Бабеля, «Разгром» (1927) А. Фадеева. В эмиграции написаны «Солнце мертвых» (1923) И. Шмелева, «Взвихренная Русь» (1927) А. Ремизова, «Вечер у Клэр» Г. Газданова (1929), «Перекоп» (1929) М. Цветаевой и др. Произведения, созданные в советской России и в эмиграции, объединяет тема конфликта либо созвучия частной жизни и новой общественной идеи. По сути, в литературе шел поиск ответов на вопрос, состоялось ли «крушение гуманизма» как философии индивидуализма и ут-

вердился ли человек-артист, по А. Блоку («Крушение гуманизма», 1919), или всечеловек, по Вяч. Иванову («Кручи. О кризисе гуманизма», 1919), который призывал «раздвинуть грани своего сознания в целом» и понять, что «прежняя мера человеческого» уже стала «тесным коконом», что гуманизм умирает и даже умер, что в душах современников воцарилось «могущественное ощущение всечеловеческого целого» и проявилась потребность сплотиться «в собирательные тела» [1, с. 106, 109].

В каждом из перечисленных текстов — своя правда о происходящих событиях. Но где истина? Познание как таковое субъективно-объективно, и, как утверждается в философии, «субъективные образы не имеют сходства с объективными свойствами воспринимаемых предметов, но представляют собой лишь их знаки» [2, с. 88] В силу понятных причин в литературе 1920-х годов сложились альтернативные подходы к пониманию истины. Большинство перечисленных выше произведений вполне группируются по принципу тезиса и антитезиса, хотя в ряде текстов того времени уже проявились либо сомнения писателей в том, что есть истина, либо понимание того, что реальная картина мира антиномична

и содержит аргументы в пользу каждой правды. Мы имеем в виду произведения Б. Лавренева, В. Иванова, М. Шолохова, И. Вольнова, В. Зазубрина, С. Сергеева-Ценского и др. В этом ряду мы видим «Ладомир» (1920, 1921) В. Хлебникова, лирику Н. Клюева 1918–1920 годов, революционно-мистические маленькие поэмы С. Есенина 1917–1918 годов, лирику М. Волошина, его же «Россию распятую» (1920).

Взаимоисключающие точки зрения мы рассматриваем и как взаимодополняющие. Неустрашимые противоречия в изображении войны советскими писателями и эмигрантскими обоснованы, логичны, но именно их противоположность приближает нас к познанию полноты бытия.

Одним из первых произведений советской прозы о гражданской войне была написанная в экспрессионистской манере революционно-романтическая повесть «Падение Даира» Малышкина. В сюжетном отношении этот текст — своего рода прелюдия к «Солнцу мертвых» Шмелева. Малышкин выразил предчувствие человеком массы крымского земного рая, Шмелев описал переживание личностью крымского ада. Оба текста отвечают типологии крымского текста, в котором отмечается как тема Тавриды — жизни, так и тема Киммерии — смерти, и «у Шмелева Крым — все равно что Киммерия, мрачное место, где был расположен вход в Аид» [3, с. 121], тогда как Малышкин изобразил взрыв жизненной активности.

Для большинства произведений Малышкина характерна автобиографичность. Филолог по образованию, историограф в штабе М. Фрунзе, он был участником штурма Перекопа 1920 г. — финального эпизода в судьбе армии П. Врангеля. Личные впечатления отразились в сюжете повести, создававшейся по горячим следам (начало работы — 1921 г.). «Падение Даира» — пример орнаментальной прозы. Ритм, инверсии, лексические повторы, аллитерации, тропы, безличные конструкции передают остроту эмоционального напряжения красноармейской массы и поэтизируют само событие как эпохальный перелом. Малышкин воспел массу, тех, кто, как отмечал Блок («Крушение гуманизма»), соответствовал стихийному, грозному содержанию времени. На протяжении повествования встречаются лексемы «множество», «тысячи ног», «тысячи безликие, обреченные», «полчища облаков», «нескончаемое поле масс», «тысячеголосый», «тысячи горящих глаз», «океан тысячеголовья», «стотысячное». Выразителем духа музыки стал народ-варвар, враждебный стареющей цивилизации. Пафос повести отвечает, на наш взгляд, идеям «скифов», их апологии революции как «всеобщего порыва» и «призыва жизни», неукротимой воинственности и воли «в разрушении и творчестве»: «Бог скифа — неразлучен с ним, на его поясе — кованный бог. Он вонзает его в курган, вверх рукоятью, и молится — молится тому, чем совершил и чем свершит» [4, с. VII]. Художественное сознание

корректирует историческое, и, «в отличие от исторической скифологии, в литературе актуализировалось и романтизировалось духовное скифство, которое, по Иванову-Разумнику, надо понимать как народничество — бунтарское, обращенное к первородным силам, оппозиционное к западничеству, но не отталкивающее Запад» [5, с. 150].

Новый герой русской литературы не рефлексировал, он действует. В «Падении Даира» красноармейцы решительны в уничтожении старого миропорядка: «В кабинетах — в полузакрытых упоенных глазах, в объятиях последней ночи — были закаты гаснущих уходящих веков» [6, с. 136]. Герои Малышкина коррелируют с брюсовским «грядущими гуннами», но не с «грядущим хамом» Д. Мережковского. Они не патологические разрушители, а мечтатели: «Малышкин всегда писал о людях, плененных мечтой. О грядущем, неуловимом счастье каждый из них грезил по-своему» [7, с. 164]. Сформировавшаяся в течение веков утопия земного рая осмысливается ими как близкая реальность. Малышкин проникся оптимизмом и героизмом революции, он отразил «дух первых лет революции, веру в творческие возможности времени» [8, с. 66]. В «Падении Даира» Крым — чудесное место, волшебный Даир, где «золотом крыш горело из сказок» [6, с. 148], где «цветущие города», «звёздное море», молоко, мясо, мёд, и поэтому «изрыгало на юг громадные эшелоны — за хлебом, за теплом, за будущим» [6, с. 130], а в самой степи «пело о бурях и прекрасных веках» [6, с. 138]. Как писал А. Воронский об этой повести: «Таков закон борьбы, закон революции, закон побед. Его творят в иллюзиях, в грезах о блаженных островах <...> Без этого нельзя, не побеждают <...> пройдут лета, и творимая множествами легенда овеществится и станет плотью, и станет кровью, и станет явью» [9, с. 318].

Осенью 1920 г. большевики установили свою власть в Крыму. Как мечта масс обернулась мором, описано в «Солнце мертвых». В основу повествования также положены автобиографические факты. Как известно, в Крыму был расстрелян сын Шмелева, писатель стал свидетелем массовых репрессий 1920–1921 годов и пережил страшный голод, испытал, судя по его крымским письмам к В. Вересаеву и последующим письмам к И. Ильину, О. Бредиус-Субботиной, депрессию.

В своей «эпопее» Шмелёв, как Малышкин, обращается к описанию эмоционального и физического состояния народа. При этом он минимизирует мотив семейной трагедии («Это мое личное, я не хочу выносить это наружу» [10, с. 64]). Его позиция являет собой полную противоположность романтизации нового гунна Малышкиным. Если в «Падении Даира» крымчане приветствуют приход Красной армии («приветствуем... пусть услышат угнетенные массы мира... да, здравствует!» [6, с. 149], «Мы рады,

мы тут» [6, с. 150]), то в «Солнце мертвых» примечателен эпизод, в котором доведенная до предела терпения босая баба с бессмысленным выражением лица говорит: «А сказывали – всё будет!...» [11, с. 20]. По Шмелеву, социальный проект большевиков («теперь, товарищи и трудящиеся, всех буржуев прикончили мы... которые убежали – в море потопили... и у всех будут автомобили, и все будем сидеть на пятом этаже...» [11, с. 42], «озолотим на всю колонию!» [11, с. 41]) — иллюзия («Открытый разбой пошёл... и на степи-то, сказывают, голод» [11, с. 40]). Если красноармейцы Малышкина воображают, что в Крыму живут «эти самые элементы в ентовых шубах, которые бородки конусами: со всей России набегались. А богатства-а-а!» [6, с. 126], то крымский житель в изображении Шмелева оборванный, одетый в лохмотья, отошавший. Мир – огни, цветы, деревья, сны, люди, сама жизнь – с приходом Красной армии представляется нездешним. И незнакомым: «А здесь звери в железе ходят, здесь люди пожирают детей своих, и животные постигают ужас!» [11, с. 24]; «и души, души опустошенные, человеческие, глаза, истаявшие слезами» [11, с. 61].

В обоих произведениях красноармейская масса представлена как орда, но слово «орда» у Шмелева и Малышкина приобретает разные смысловые оттенки. Акцентируется внимание на физиологических деталях. В «Падении Даира» их больше, они экспрессивнее, граница между эстетическим и антиэстетическим разрушена. Но орда выполняет историческую миссию уничтожения последнего противника — этого «страна требовала» [6, с. 124]. При всей стихийности массы в повести есть разумное, организующее ее движение начало, что вносит новую коннотацию в понятие скифства. Командарм ставит задачи, разрабатывает идеологию наступления малой кровью. Имеется в виду Фрунзе. В повествовании он не столько живой человек, сколько символ революционной целеустремленности и внутренней собранности: «близоруко щурясь, выпрямленный, как скелет, стриженный ежиком, каменный, торжественный командарм N, взявший на материке восемь танков и уничтоживший корпус противника» [6, с. 120]; «Командарм улыбнулся каменной своей улыбкой и ничего не ответил» [6, с. 127]; «недвижим был в остром шишаке профиль каменного, думающего о суровом» [6, с. 150]. Бой за Даир Малышкин называет ударом командарма, а наступление танков — его волей; от него, знающего закон масс, устремляются фельдгегеря; в снах он видит зарева бездны. Сравним с описанием командующего (Фрунзе) из не законченной Малышкиным повести о походе в Среднюю Азию: «Теперь его большая, квадратная в рыжем ежике голова была известна не только в России. Это его внезапные и истребительные охваты и ударные кулаки, в которые он умел сгущать и молниеносно комбинировать неуклюжие, трудно поддающиеся

расчету, но буйные волей красноармейские и краснотатарские орды (потому что тогда не было армий), разбили и отбросили белый фронт на восток за Урал и к Каспию» [12, с. 170].

В «Солнце мертвых» красноармеец — «тупорылый парень с красной звездой на шапке...» [11, с. 16], всегда «полупьяный», разгромивший винные подвалы и превративший их в тюрьмы, создавший человечью бойню, бессмысленно выбивающий стекла, расстреливающий татарские деревушки, отнимающий у населения все — от соли до медицинских инструментов. Новые гунны «ходят убивать» ночью, спят днем, они — железная метла Крыма, они всюду — «за горами, под горами, у моря много было работы» [11, с. 35]. Красноармеец в восприятии Шмелева — хищник, ястреб, стервятник. Отметим параллелизм: «А теперь ястребов боятся, стервятников крылатых» и «...хорошо знаю, как люди людей боятся, — людей ли?» [11, с. 32]. Мелкозубый Шура — примкнувший к новому режиму музыкант, «мелкий стервятник», от него пахнет кровью, он «кушает молочную кашу... поигрывает на рояле... принимает женщин» [11, с. 34], в то время как люди вокруг страдают от голода и чувствуют себя «прибитыми», как затоптанная трава. В «Солнце мертвых» описаны люди, в экстремальной ситуации проявляющие не эгоцентрические интенции, но любовь либо сострадание к ближнему. Герои Шмелева — мыслящие люди, они вопреки всему сохраняют культуру или, как бежавшие из тюрьмы врангелевцы, сопротивляются своим врагам физически. Один из мотивов «Падения Даира» — действие смертельно опасной для старой России массы, направленное на достижение сытого и прекрасного будущего. Лейтмотивы «Солнца мертвых» — смерть, голод, репрессии («все ползает на карачках» [11, с. 34], «всё, как трава, прибито» [11, с. 34], «у всех глаза провалились и почернели лица» [11, с. 34]).

Противоположность жизненных смыслов в «Падении Даира» и «Солнце мертвых» объясняется еще и тем, что Даир для одних — чудесное пространство с золотом, молоком, мясом, для других Крым — реальный и родной мир. В повести Малышкина описаны те, кому нечего терять: «У бедных дому нема. Една семья, една хата — интернационал» [6, с. 126]. Эти слова принадлежат красноармейцу Юзефу, который с полной надеждой и непоколебимостью верит в прекрасное грядущее. Символ этого будущего в понимании Юзефа и Микешина — Интернационал. В повести Шмелева звучит характеристика орды: они «без родины», «ни родины, ни России не знали» [11, с. 36]. Она вторгается в Крым, где уже сложился конгломерат этносов: этот земной рай обжили русские, татары, греки. Но если герои Малышкина стремятся обрести свой идеал — этот благодатный мир, если писатель придает им романтическую коннотацию, то в «Солнце мертвых» они — разрушители без меч-

таний, каратели, экспроприаторы с психологией захватчиков.

У Малышкина эпический взгляд на Перекопско-Чонгарскую операцию. В «Падении Даира» описано человеческое множество, в «Солнце мертвых» показана личность, доминирует экзистенциальное восприятие крымских событий. Однако Малышкин описал не только пассионарную массу, но и человека массы — «нового субъекта истории» [13, с. 73], и этот субъект также представлен личностью со своей экзистенциальной тревогой. Отношения Юзефа и Микешина отмечены человечностью, они трогательны и в грезах о Даире, и в стремлении держаться в бою друг за друга, и в обращениях «братишка», «дружок». Гибель Юзефа передана через лаконичное, сконцентрированное описание пронзительной реакции Микешина. В «Солнце мертвых» все сосредоточено на личности. Это сам рассказчик и его оппонент — доктор; это старая барыня, которая в одичавшей реальности занимается с детьми французским языком, каждый день умывается и выбивает коврик; профессор — пишущий о Ломоносове обладатель золотой медали, теперь его жизнь свелась к добыванию хлеба, он уже никого не учит, потому что «некому и учиться стало» [11, с. 44]; опухший от голода молодой писатель Шишкин и др.

Обоим произведениям, несмотря на их явную альтернативность, придан смысл эпопеи библейского характера, события получают онтологическое звучание. В «Падение Даира» включены образы, восходящие к библейским источникам. Текст начинается с фразы: «Керосиновые лампы пылали в полночь» [6, с. 119]. В дальнейшем полночь упоминается не раз. В привычных условиях это время покоя, но в ветхозаветных сюжетах — время слома судьбы, точка невозврата. В полночь Господь прошел «среди Египта», и погибли все первенцы — от ребенка фараона до ребенка рабыни (Исх. 11: 4; 12: 29). В полночь Самсон вырвал ворота Газы, а жители этого города намеревались убить его утром (Суд. 16:3). В полночь спавший под скирдой Вооз обнаружил у своих ног Руфь, впоследствии они стали предками Давида (Руфь 3: 8). Это время знаково и в Новом Завете. В «Падении Даира» красноармейцы собрались в степи в полночь, командарм получил приказ в полночь и приказал наступать ночью, противники бежали в полночь. Микешина и всех мучает жажда после соленой морской воды («Микешин пил пресную воду <...> пробил прикладом ледешок и пил» [6, с. 147], «Множества пили пресную воду на том берегу» [6, с. 147]), как мучает она еврейский народ в пустыне Сур («Три дня они шли по пустыне и не находили воды», «и не могли пить воды в Мерре, ибо она была горька» (Исх. 15:22, 23). Евреи прошли через испытания ради обретения земли обетованной, как красноармейцы преодолевают голод, жажду, холод ради взятия Даира. Воинственность красноармейцев коррелирует

с новозаветными словами: «Не думайте, что Я пришел принести мир на землю: не мир пришел Я принести, но меч» (Мф. 10: 34). Приказ уничтожить врагов поголовно, до последнего, соответствует словам из Второзакония: «В городах сих народов, которых Господь, Бог твой, дает тебе во владение, не оставляй в живых ни одной души, но предай их заклятию» (Втор. 20: 16–17). Решение командарма двинуть массы и артиллерию по сухому, обезвоженному ветрами заливу — аллюзия на эпизод исхода из Египта по дну Красного моря (Исх. 14: 28).

Шмелев также описывает происходящее как явление библейского уровня. Гибель цивилизации дана как трагедия народа, сдержанная тональность повествования заостряет тему онтологической, не только социальной, обреченности («Я вдруг почувствовал <...> роковое что-то, связанное со мной» [11, с. 157]; «Финал-то нам виден: смерть» [11, с. 58]). Народ истребляется массово, как в ветхозаветных историях уничтожаются и язычники, и согрешившие иудеи. Самуил велит Саулу поразить Амалика: «И истреби все, что у него; и не давай пощады ему, но предай смерти от мужа до жены, от отрока до грудного младенца, от вола до овцы, от верблюда до осла» (1 Царств 15: 3); уничтожен народ Сигона (Втор. 2: 32–35); никого не осталось в живых в царстве Ога Васанского (Втор. 3: 3–7); вавилонский плен длился семьдесят лет («При реках Вавилона, там сидели мы и плакали, когда вспоминали мы о Сионе». Пс. 136. 1: 5) и т.д. Слово «смерть» встречается в Библии 119 раз. Царство смерти в Ветхом Завете — невозвратный мир: «Ибо жизнь наша — прохождение тени, и нет нам возврата от смерти» (Прем 2:5). В «Солнце мертвых» рассказчик свидетельствует: «Я видел смертёныша, выходца из другого мира — из мира Мертвых» [11, с. 231]. И. Ильин увидел в истории рассказчика сходство с судьбой Иова (письмо к Шмелеву от 18 марта 1927 г.). Если в «Падении Даира» смерть означает конец прошлого и начало нового, то в «Солнце мертвых» новой жизни «нету... и не будет», бытие развивается вспять: «Вернулась давняя жизнь, пещерных предков» [11, с. 35]. Массовый голод — главный лейтмотив «Солнца мертвых», но тотальный голод описан и в Библии. Например: «И был голод во всех землях» (Быт. 41: 54), «И был голод по всей земле» (Быт. 41: 56), «Был голод на земле во дни Давида три года, год за годом...» (2 Цар. 21: 1) и т.д. Мотив экспроприации в Крыму продовольствия и имущества созвучен ветхозаветному фрагменту: «Все, что в городе, всю добычу его возьми себе и пользуйся добычею врагов твоих» (Втор. 20: 14). В повести Шмелева солнце равнодушно к обреченным на гибель, оно перестало быть источником жизни, что соотносится с таким описанием в послании Иакова: «Восходит солнце, *настает* зной, и зноем иссушает траву, цвет ее опадает, исчезает красота вида ее» (Иак. 1: 11). Наиболее эмоциональны эпизоды вымирания жив-

ности. Голодный павлин долбит сухую землю, курочки становятся легкими, говорится о провалившихся боках и немых слезах коровы Тamarки и т.п. Шмелев пишет: «И угасающие глаза животных, полные своей муки, непонимания и тоски... в тишине рождающегося дня-смерти понятны и повелительны для меня зовы-взгляды» [11, с. 136]. Гибель животных воспринимается нами как жертвенное заклинание в библейских ритуалах.

Таким образом, в русской литературе одновременно складываются взаимоисключающие трактовки происходящего в России. В то же время оба текста, на наш взгляд, дополняют друг друга и тем самым воссоздают полную картину «революции как преобразования мира и революции как нисхождения во тьму» [8, с. 66]. Личный опыт одного писателя дополняет личный опыт другого, отражены разные правды об одной реальности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванов Вяч. Кручи. О кризисе гуманизма. К морфологии современной культуры и психологии современности // Иванов Вяч. Родное и вселенское / Сост., вступ. ст., примеч. В. М. Толмачева. М.: Республика, 1994. С. 102–112.
2. Невважай И. Д. Взаимодополнительность конструктивизма и реализма в эпистемологии / И. Д. Невважай // Epistemology & philosophy of science. 2015. Т. XLIII. № 1.— С. 83–97.
3. Солнцева Н. М. Иван Шмелёв. Жизнь и творчество / Н. М. Солнцева. — М.: Эллис Лак, 2007.— 510 с.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Сюе Чэнь, аспирант кафедры истории новейшей русской литературы и современного процесса филологического факультета МГУ

E-mail: xuechen0430@yandex.ru

4. Скифы. Вместо предисловия // Скифы. Сб. 1.— 1917.— С. 7–12.
5. Солнцева Н. М. Скифы и скифство в русской литературе / Н. М. Солнцева // Историко-культурное наследие. 2010.— № 4.— С. 147–159.
6. Малышкин А. Г. Избранные произведения: В 2 т. / А. Г. Малышкин. — М.: Художественная литература, 1978.— Т. 1.— 511 с.
7. Вольпе Л. М. Из незаконченной повести о Гражданской войне / Л. М. Вольпе // Из истории советской литературы 1920–1930-х годов. Литературное наследство. Т. 93 / Гл. ред. В. Р. Щербина. — М.: Наука, 1983.— С. 161–168.
8. Скорospelова Е. Б. Русская проза XX века: От А. Белого («Петербург») до Б. Пастернака («Доктор Живаго») / Е. Б. Скорospelова. — М.: ТЕИС, 2003.— 420 с.
9. Воронский А. «Падение Даира» А. Малышкина // Воронский А. Искусство видеть мир: Портреты. Статьи / Сост. Г. А. Воронская, И. С. Исаев. — М.: Советский писатель, 1987.— С. 317–319.
10. Кутырина Ю. А. Трагедия Шмелева / Ю. А. Кутырина // Слово.— 1991.— № 2.— С. 64.
11. Шмелев И. С. Солнце мертвых / И. С. Шмелев. — М.: Комсомольская правда; Директ-Медиа, 2015.— 240 с.
12. Малышкин А. Из незаконченной повести о Гражданской войне / А. Малышкин // Из истории советской литературы 1920–1930-х годов. Литературное наследство. Т. 93 / Гл. ред. В. Р. Щербина. М.: Наука, 1983.— С. 168–189.
13. Голубков М. М. Русская литература XX в.: После раскола / М. М. Голубков. — М.: Аспект Пресс, 2001.— 267 с.

Xue Chen, Postgraduate Student at the department of the history of modern Russian literature and the modern process, faculty of Philology MSU

E-mail: xuechen0430@yandex.ru

ТРИ СЮЖЕТА СВАТОВСТВА В РОМАНЕ «ТИХИЙ ДОН»: ТРАНСФОРМАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ОБРЯДОВОЙ ТРАДИЦИИ

А. Б. Удодов

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 25 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье рассмотрены сюжетные ситуации сватовства как элементы свадебного ритуала, по-своему маркирующие для художественной структуры романа «Тихий Дон» процессы трансформации культурно-обрядовой традиции в социально-историческом контексте эпохи.

Ключевые слова: обряд сватовства, свадебный ритуал, культурно-обрядовая традиция, социально-исторический контекст эпохи, трансформация ценностных ориентиров, художественная картина мира.

Abstract: the article deals with the plots of matchmaking as the elements of the wedding rituals identifying in the artistic structure of the novel «The Quiet Don» the process of transformation of cultural-ritual tradition in socio-historical context of the epoch.

Keywords: the ritual of matchmaking, cultural-ritual tradition, socio-historical context of the epoch, transformation of the value orientation, artistic picture of the world.

Современные тенденции к осмыслению личностно-творческого феномена М. А. Шолохова в свете проблем национальной идентичности [1], [2] актуализируют такую сравнительно менее изученную предметную область, как «социокультурные коды» главного шолоховского романа в сферах социально-бытовой проблематики и историческом контексте эпохи [3, 21–78]. Здесь среди прочих интересной представляется тема трансформации форм традиционной культуры, в частности, формы *обрядности*, характерной для духовно-религиозных, семейно-бытовых, календарно-трудовых и иных представлений и реалий бытия в укладе жизни казачества. Особые геоисторические и социокультурные условия существования казачьего сословия как «субэтноса» естественным образом вырабатывали целую систему традиций жизнедеятельности, — в том числе, устойчивых форм (ритуалов, обрядов и т.п.) в трех основных сферах социально-бытового плана (воинской службы, земледельческого труда и семейно-бытовых отношений). При рассмотрении последней сферы для современных исследований нередко актуализируется рассмотрение свадебных обрядов [4], [5].

Мы, в свою очередь, исходим из традиционного понимания *обрядов* как строго определенных обычаями тех или иных действий, наделенных изначально магическим значением и способствующих достижению конкретной цели [6, 32]. С понятием обряда связано понятие *ритуала*, иногда синонимичного обряду, но чаще употребляемого в более широком значении как определенной совокупности или системы обрядовых действий [7, 191].

Долгое время свадебный ритуал на Дону был

прост: казаки заключали браки на войсковом Кругу с уроженками Донщины или с пленницами (ясырками). В XIX веке казачий свадебный ритуал превратился в стройную систему, включив в себя как мотивы славянской православной свадьбы, так и интересные местные обряды. Этот ритуал становится трехчастным, состоящим из предсвадебья, дня свадьбы и послесвадебья. Он насыщается фольклорными песнями, присловьями, включает в себя обязательное венчание и т.д. [8, 84].

Естественно, что обряд сватовства, как «пилотный» для всего свадебного ритуала, по-своему предопределяет формы реализации последнего в целом. При этом сватовство, воплощаемое в системе событий и образов-персонажей художественного произведения, образует определённый *сюжет*, имеющий, в свою очередь, типологическую очерченность. Динамика такого рода типологических форм в развёртывании романного повествования «Тихого Дона» может, как представляется, по-своему маркировать различные фазы онтологической очерченности художественной картины мира в её социокультурной и геоисторической специфике.

Хронологически первым в «настоящем» художественного времени романа предстаёт сюжет сватовства семьи Мелеховых к семье Коршуновых — в первой части первой книги, где картина мира в целом обозначена формулой «нерушимости» «обычного порядка» жизни казачества [9, 192] в подчёркнуто-традиционных, исторически обусловленных и укоренённых основаниях (Здесь и далее в цитатах подчёркнуто нами. — А. У.). Автором тщательно и подробно выписаны практически все традиционные элементы свадебного ритуала: выбор невесты (и своеобразная дискуссия об этом в семействе Мелеховых [9, 70]);

собственно сватовство (начальное предложение [9, 56–59]); смотрины невесты [9, 60]; согласие на предложение [9, 71–72]; «сговор» и «рукобיתье» [9, 72–74]. После этого столь же подробно представлены обряды дня свадьбы: собрание родственников и друзей в «поезжание» за невестой [9, 80–81]; выкуп невесты с участием «дружек» жениха и «подружек» невесты [9, 81–82]; благословение родителей [9, 83]; церковный обряд венчания (возложение венцов) в храме [9, 84]; свадебный пир или застолье, сопровождаемый песнями, плясками, игрищами и т.п. [9, 84–90].

Для столь подробно выписанных картин традиционной обрядности по-своему знаковой предстаёт формула ценностной ориентации, озвученная именно в процессе *сватовства*: «Такая наша казачья по-вадка. В старину было, а нам — к старине лепиться» [9, 73]. И по-своему знаменательно, что в финальных сценах свадебного застолья-«гулянья» тот особый «нерушимый порядок» жизни, который воплощён как своеобразная экспозиция романного повествования, — маркируется именно «старинной» — воспоминаниями старых казаков о былых подвигах и славе казачества:

«— А я в турецкой компании побывал... Ась? Побывал, да, — дед Гришака прямил ссохшуюся грудь, вызывая георгиями <...>

Дед-баклановец вскидывает голову, как строевой конь при звуке трубы; роняя на стол узловатый кулак, шепчет:

— Пики к бою, шашки вон, баклановцы!.. — Тут голос его внезапно крепчает, мерклые зрачки блестя и загораются былым, загашенным старостью огнем. — Баклановцы-молодцы!.. — ревет он, раскрывая пасть с желтыми нагими деснами. — В атаку... марш-марш!..

И осмысленно и молодо глядит на деда Гришаку и не утирает замызганным рукавом чекменя щеко-чущих подбородок слез» [9, 89–90].

Второй сюжет сватовства — Дмитрия Коршунова к дочери купца Мохова — открывает вторую часть романа, где «нерушимый порядок» казачьей жизни уже начинает испытывать пока ещё неявное давление стремительно обновляющейся исторической реальности и тяготеть к разного рода «нарушениям».

Митька готов исправить свой «грех», женившись на Елизавете. Тем самым он позиционирует свои намерения еще в достаточно традиционном русле казачьего семейно-бытового уклада (и, вообще, поступает как «честный человек» с точки зрения общепринятой морали). Сначала он напрямую предлагает Лизе выйти за него замуж: «Выходи за меня замуж, Лизавета, а?» [9, 104]. Но Лиза расценивает это как «глупость» (хотя, заметим, что и не отказывает категорично...). Но уже в этом эпизоде прослеживается тенденция нарушения классической свадебной традиции: жених не должен напрямую предлагать невесте замужество, эту функцию выполняли сва-

ты и родители жениха. Далее Дмитрий идёт к своему отцу Миرونу Григорьевичу со словами: «Батя, жени <...> засылай сватов к Сергею Платоновичу» [9, 104]. Тем самым и здесь он пытается следовать устоявшейся традиции: спрашивает отцовского благословения и просит «засылать сватов». Но отец не воспринимает слова сына всерьёз из-за разницы в имущественном положении с купцом Моховым: «Дурак! У Сергея Платоновича капиталу более ста тысячев; купец, а ты?.. Иди-ка отсель, не придуривайся, а то вот шлеей потяну жениха этого» [9, 104]. Иная позиция у деда Гришаки, считающего родство с казаком для «мужика» Мохова честью: «Аль мы им не ровня? Он за честь должен принять, что за его дочерью сын казака сватается. Отдаст с руками и с потрохами» [9, 104].

Оказавшись «на распутье» в мнениях своей семьи, Митька упрямо не отступает от желания по-свататься и отправляется к Мохову самостоятельно. «Перед сумерками... пришел к Сергею Платоновичу Митька (нарочно припозднился, чтоб не видели люди). Не просто так-таки пришел, а сватать дочь его Елизавету» [9, 103]. «Пришел узнать... — Митька нырнул в холодную слизь буравивших его глаз и зябко передернул плечами. — Может, отдадите Лизавету?» [9, 105].

Таким образом, рассмотрение данного сюжета сватовства позволяет видеть, что «нерушимый порядок жизни» казачества начинает здесь известным образом трансформироваться — прежде всего на личностном уровне. Для молодого поколения казаков альтернативой традиции начинают всё явственнее выступать ориентиры «вольности» (как индивидуально-психологического «своеволия»). Но если в случае с Мелиховым его «вольности» с Аксиньей оказались достаточно жёстко пресечены традиционными формами семейного устройства, то в ситуации с Коршуновым сама традиция начинает редуцироваться и произвольно «модернизироваться»; сватовство, теряя форму обрядности, не приводит к логическому продолжению — «сговору» и собственно свадьбе, кончается скандалом, конфликтом и чуть ли не смертоубийством. Все это предстает в определенной мере предвестником коренных изменений, как в межличностных отношениях, так и в общественно-культурных формах жизни казачества.

Братоубийственная трагедия гражданской войны, по-своему обострённо проявившаяся на Дону, генерировала явление новых ценностных ориентиров (классовых «правд», «революционного» гуманизма, «интернационализма» и т.п.), агрессивно нацеленных не просто на «нарушение», но, фактически, на уничтожение исторически сформировавшегося уклада жизни казачества. Ярким примером такого «роста классового сознания» предстаёт образ Михаила Кошевого, маркированный ближе к финалу романа, казалось бы, достаточно однозначной ав-

торской характеристикой: «Непримиримую, беспощадную борьбу вел он <...> со всем тем нерушимым и косным укладом жизни, который столетиями покоился под крышами осанистых куреней» [10, 335].

Но, при этом, собираясь в Татарский с тем, чтобы «выжечь пол-хутора» («Он уже мысленно составил список тех, кого надо жечь») [10, 335], Кошевой одновременно преследует и личные интересы. «Он тщательно собирался к поездке домой <...> Испокон веков велось так, что служивый, въезжающий в хутор, должен быть нарядным, и Мишка, ещё не освободившейся от казачьих традиций, <...> собирался свято соблюдать старинный обычай [10, 335–336]. В таком парадоксальном диссонансе жизненных установок по-своему «нескладно» обозначается и очередная ситуация сватовства:

«Мы воюем с контрой и побиваем ее беспощадно. А как только возьмем прикончим ее, установится мирная Советская власть по всему свету, тогда я, тетенька, буду к вам сватов засылать за вашу Евдокию» [10, 341]. Здесь уже нет традиционного «спроса», а лишь констатация намерений жениха, сопровождаемая угрозой: «...я вам делаю упреждению: Евдокию дуриком ни за кого не отдавайте, а то вам плохо будет» [10, 441].

Впоследствии родительское благословение на брак со стороны невесты является вынужденным: «Ильинична долго беззвучно шевелила губами, потом, тяжело передвигая ноги, пошла в передний угол. — Ну что же, дочушка... — прошептала она, снимая икону, — раз уж ты так надумала, Господь с тобой, иди...» [10, 594].

В свою очередь, вынужденным со стороны жениха явилось согласие на церковное венчание («ночью... в пустой церкви»), озаменованное конфликтом со священником [10, 595].

Соответственно, затем «на этой невеселой свадьбе не пили самогонки, не орали песен. Прохор Зыков, бывший на свадьбе за дружка, на другой день долго отплевывался и жаловался Аксинье: — Ну, девка, и свадьба была! Михаил в церкви что-то такое ляпнул попу, что у старика и рот набок повело! А за ужином, видала, что было? <...> Нет, девка, шабаш! Я теперича на эти новые свадьбы не ходок. На собачьей свадьбе и то веселей, там хоть шерсть кобели один на одном рвут, шуму много, а тут ни выпивки, ни драки, будь они, анафемы, прокляты!» [10, 595].

Здесь автор, не обнаруживая прямой собственной оценки, дает характеристику происходящему устами стороннего наблюдателя — Прохора Зыкова,

который как бы озвучивает оппозицию традиционного и «нового» в социокультурном контексте эпохи. При этом свадебный формат, начиная с ситуации сватовства в случае Кошевого и Дуняшки, не только не соответствует культурной традиции, но во многом последовательно и системно эту традицию искажает, формируя социокультурные альтернативы как исторические «вызовы» новой действительности.

Таким образом, ситуативные параллели и вариации в трёх сюжетах сватовства (композиционно «разнесённых» автором на протяжении всего романного повествования «Тихого Дона») по-своему обозначают различные фазы определённого процесса: исторического дискурса апелляций к «нерушимости» и «разрушению» общественно-культурного потенциала в поле национальной идентичности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дырдин А. А. Михаил Шолохов и духовно-культурные традиции русского народа / А. А. Дырдин // Мир Шолохова. — 2016. — № 1 (5). — С. 41–55.
2. Прокурова Н. С. Культура и обычаи казачества в мире М. А. Шолохова и в современной жизни / Н. С. Прокурова // Мир Шолохова. — 2015. — № 1 (3). — С. 110–113.
3. Удодов А. Б. Роман «Тихий Дон» как эстетическая реальность: феномены самоорганизации: монография / А. Б. Удодов. — Воронеж: ВГПУ, 2015. — 182 с.
4. Проценко Б. Н. Свадебный обряд донских казаков во времени и пространстве / Б. Н. Проценко // Историко-культурные и природные исследования на территории РЭМЗ. — Режим доступа: (http://www.razdory-museum.ru/c_wedding-4.html).
5. Купченко Е. Е. Структурно-образная типология традиционного свадебного ритуала в романе «Тихий Дон» / Е. Е. Купченко // Вестник Научно-практической лаборатории по изучению литературного процесса XX века. — Воронеж: ВГПУ, 2018. — Вып. XXI. — С. 111–117.
6. Кравцов Н. И. Русское устное народное творчество / Н. И. Кравцов, С. Г. Лазутин. — М.: Высшая школа, 1983. — 448 с.
7. Аникин В. П. Русский фольклор / В. П. Аникин — М.: Высшая школа, 1987. — 286 с.
8. Сухарев Ю. Ф. Лазоревый цвет / Ю. Ф. Сухарев. — Чапаевск: ОАО ЧИПО, 2001. — 338 с.
9. Шолохов М. А. Тихий Дон. Роман. Т. 1. Книга первая. Книга вторая / М. А. Шолохов. — М.: Современник, 1975. — 639 с.
10. Шолохов М. А. Тихий Дон. Роман. Т. 2. Книга третья, книга четвёртая / М. А. Шолохов. — М.: Современник, 1975. — 736 с.

Воронежский государственный педагогический университет

Удодов А. Б., профессор кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы

E-mail: kaf214@yandex.ru

Voronezh State Pedagogical University
Udodov A. B., Professor of the Chair of the Russian Language,
Russian and Foreign Literature
E-mail: kaf214@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ КОЛОРАТИВОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

О. Н. Чарыкова, Сун Чуньчунь

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 31 января 2019 г.

Аннотация: в статье рассмотрены способы обозначения цвета товара в русскоязычной рекламе. Выявлено, что целью употребления колоратива является не только информирование о цвете предлагаемого товара, но и формирование в сознании потенциального потребителя яркого, положительно коннотированного образа рекламируемого объекта.

Ключевые слова: колоратив, цвет, товар, реклама.

Abstract: the article deals with the methods for colour naming of the goods in russian-language advertising discourse. The authors determine that the purpose of employing coloratives is not only in providing information about the colour of selling goods, but also in giving bright, positive overview of the advertised objects.

Keywords: colorative, colour, goods, advertising.

Важной задачей рекламного текста является информирование потенциального покупателя о свойствах представляемого продукта. Одним из способов обозначения внешней привлекательности товара является его цветовая характеристика, которая осуществляется посредством использования колоративной лексики. На это указывает ряд исследователей [1, 64; 2, 134; 3, 224; 4, 3; 5, 30;].

Анализ рекламы товаров различного назначения, представленной в печатных и интернет-изданиях, позволяет выявить определённые закономерности употребления колоративов в современном русском рекламном дискурсе. Наиболее часто для обозначения окраски рекламируемого объекта в текстах рекламы используется лексема *цвет*.

Поскольку существительное *цвет* обладает широкой семантикой, то оно часто употребляется с распространителями, указывающими:

1) на интенсивность цветового признака (*абсолютный, броский, глубокий, интенсивный, насыщенный, сочный, ультра, яркий, мягкий, нежный, неброский*);

2) на его исключительные свойства, отличающие данный цвет от других (*безупречный, идеальный, уникальный, несравненный, натуральный, роскошный, богатый, мечта, шедевр*);

3) на воздействие, которое товар этого цвета производит на реципиента (*благородный, впечатляющий, деликатный, захватывающий, игривый, привлекательный, чарующий, эффектный, чувственный, провокационный, сдержанный, соблазнительный, уютный, умиротворяющий* и т.д.);

4) на степень востребованности в определённый временной период: (*актуальный, излюбленный, мод-*

ный, ультрамодный, традиционный, классический);

5) на способность сохраняться в течение долгого времени (*стойкий, ультрстойкий, устойчивый*).

Помимо существительного *цвет*, в рекламном тексте возможно использование в качестве его синонимов лексем *краска* и *расцветка*, а также употребление лексемы *тон* в значении «качество цвета, благодаря которому определённый цвет отличается от других цветов спектра» (например, *красный* от *жёлтого*).

Колоративы, называющие определённый цвет рекламируемого товара, могут иметь различную структуру и быть:

а) монологическими, то есть состоять из одной лексической единицы, которая по своим лексико-грамматическим характеристикам чаще всего является прилагательным (*красный, жёлтый, кирпичный*), реже существительным (*индиго, фуксия*);

б) составными, морфологическая структура которых включает две и более основ (*белоснежный, дымчато-болотный*);

в) сложными (состоящими из двух и более лексем): *цвета раскалённого золотистого песка*.

По семантическим характеристикам цветовые номинации могут представлять собой:

— прямые наименования, обозначающие основные цвета спектра (*красный, жёлтый, зелёный*);

— переносные, образованные в результате использования для обозначения цвета наименования объекта, являющегося носителем данного оттенка (*морковный, лососёвый, янтарный*). Среди номинаций цветоносителей, производные значения которых используются в русском рекламном тексте для обозначения цвета товара, наиболее востребованы следующие тематические группы: *растения (особен-*

но номинации цветов и плодов), камни и минералы, напитки, представители животного мира, природные явления, артефакты, пищевые продукты и пряности, металлы.

В случае, когда товар может быть представлен в различном цветовом оформлении, часто употребляется слово *палитра* в переносном значении «подбор сочетаний красок» (*богатая палитра цветов*). Несколько реже используется синоним *гамма* в значении «последовательный ряд однородных, но многообразно изменяющихся явлений, качеств, предметов» (*целая гамма модных расцветок*). В данном случае правомерно говорить о таком явлении, как синестезия, поскольку ощущения перцептивного модуса слух переносятся на сферу зрительных ощущений. Аналогичное явление наблюдается в сочетаниях *кричащий цвет, приглушённые оттенки, глухой чёрный*. Совмещение двух модусов перцепции наблюдается и в других обозначениях цвета. Так, в словосочетаниях *тёплые цвета (тона, оттенки) и холодные цвета (тона, оттенки)* реализуется синестезия тактильных и зрительных ощущений. Иногда возможна синестезия по типу *вкусовые ощущения — цветовосприятие*, например: *лакомые шоколадные оттенки, вкусные сливочные и молочные оттенки*.

Основной цвет (основной тон) может иметь варианты, разновидности — оттенки (*аквамариновые и бирюзовые оттенки; пудровые оттенки*). При обозначении оттенков так же, как при обозначении основного цвета, часто используются распространители, подчёркивающие:

- а) интенсивность проявления цветового признака (*лёгкий, нежный, пастельный, приглушённый, разбавленный, потёртый, глубокий*),
- б) воздействие, которое данный оттенок оказывает на реципиента (*благородный, восхитительный, загадочный, соблазнительный, радостный, праздничный, драматичный, лакомый, вкусный* и т.д.),
- в) другие характеристики, важные с точки зрения рекламодателя для воздействия на потенциального потребителя (*авангардный, актуальный, волшебный, естественный, изысканный, небанальный, утончённый, сложный*).

Вместо слова *оттенки* в тексте рекламы иногда встречаются его синонимы: *отлив* (оттенок, появляющийся из-за более сильного отражения материалом света в какой-нибудь его части): *красный цвет с пурпурным отливом* и *перелив* (переход из одного оттенка или цвета в другой): *каштановые оттенки с пепельными переливами*.

Описание цвета в рекламном тексте часто дополняется световыми характеристиками. Семантический компонент «свет» может быть включён в семную структуру цветоименования, как в номинациях *неоновый, кислотный, металлический, перламутровый*, или выражаться посредством лексем *блеск, блестящий, сияние, сияющий*.

Во многих случаях, особенно в интернет-рекламе, используется следующий приём обозначения цвета предлагаемого продукта: называется вид товара, даётся его изображение, при необходимости указываются свойства, а цветовая гамма представлена посредством образцов окраски и/или списком цветообозначений.

Большая часть подобных колоративов используется для обозначения цвета самых разных товаров и поэтому характеризуется частотностью употребления. К таким колоративам относятся прежде всего единицы, называющие базовые цвета. Например, в рамках исследуемого материала лексема *голубой* была использована при обозначении цвета 19 разновидностей товаров. Другие цветообозначения менее востребованы. Так, номинация *слоновая кость* в рамках исследуемого материала использована для обозначения цвета 4 категорий товара: *краска для малярных работ, эмаль, краска для волос, гелевые красители, одежда*.

Помимо цветообозначений, способных употребляться с названиями разных видов товаров, существуют колоративы, используемые для характеристики товаров только определённой категории. В качестве примера можно привести специфичные колоративы, называющие: краски для волос (*блонд, блондин, каштановый, тёмно-русый, светлый шатен, иссиня чёрный, платиновый, пшеничный*) или глазные линзы (*карий, эрл грей*).

В системе современных русских рекламных колоративов действуют две противоположных тенденции: к унификации колоративных характеристик и к их оригинальности. Первая тенденция проявляется в том, что один колоратив употребляется в рекламе товаров разных категории. Например, колоратив *песочный* использован в рекламе таких товаров, как обувь, одежда, шляпы, губная помада, краска для волос, шерсть для валяния, что способствует лёгкости восприятия информации. Противоположной тенденцией является создание образных номинаций (*бургундский, Голливуд, солнечная медь* и т.д.), цель которых не столько информационная, сколько аттрактивная — привлечь внимание, вызвать интерес и положительные эмоции.

В связи с глобализацией происходит значительное расширение традиционной для России цветовой гаммы за счёт многочисленных заимствований. В некоторых случаях такие заимствования вытесняют исконно русские номинации цветов. Например, в рекламных текстах не встречается русское прилагательное *багровый*. Вместо него в каталоге *bonprix* использована номинация *кленово-красный*: цвет кленовых листьев осенью — красновато-фиолетовый.

Используются также цветовые номинации, отсутствующие в системе русских колоративов: *аква* (цвет морской волны), *экрю* (цвет белой шерсти), *нюд* (телесный), *маджента* (бордовый), *маренго* (чёр-

ный с серым отливом) *сомо* (лососёвый). В качестве прототипа цветообозначения часто употребляются не свойственные российской климатической зоне растения, плоды и цветы (*нектарин, лайм, зелёный киви, зелёный кактус, камелия, лиловая орхидея, хна*), представители животного мира (*розовый фламинго, омаровый, верблюжий*) или непривычные для России реалии (*лимонный сорбет, марсала*).

Анализ способов и приёмов обозначения цвета в русскоязычной рекламе позволяет сделать вывод, что целью употребления колоратива в русском рекламном дискурсе является не только информирование о цвете предлагаемого товара, но и формирование в сознании потенциального потребителя яркого, положительно коннотированного образа рекламируемого объекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Василевич А. П. Цвет и названия цвета в русском языке / А. П. Василевич, С. Н. Кузнецова, С. С. Мищенко. — М.: КомКнига, 2005. 216 с.
2. Ежова Е. Н. Активизация сенсорных модусов языковыми слоями рекламного текста / Е. Н. Ежова // Средства массовой информации в современном мире — 2000: Тезисы научно-практической конференции. — СПб, 2000. — С. 134.
3. Кулько О. И. Колоративы и обозначения цвета в рекламе / О. И. Кулько // Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы: Международная научная конференция, посвящённая 200-летию Казанского университета (Казань. 4–6 октября 2004 г.): Труды и материалы: / [под общ. ред. К. Р. Галлиулина]. — Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2004. — С. 224–225.
4. Печенникова Л. В. Цветообозначения в рекламном дискурсе (на материале англо-американской и российской рекламы предметов быта): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. В. Печенникова. — Саратов, 2006. — 20 с.
5. Сун Чуньчунь. Система колоративов в рекламных каталогах декоративной косметики / Чуньчунь Сун, О. Н. Чарыкова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — Воронеж, 2016. — № 3. — С. 30–32.

Воронежский государственный университет
Сун Чуньчунь, аспирант кафедры общего языкознания
и стилистики
E-mail: ochar@inbox.ru

Voronezh State University
Sun Chunchun, Postgraduate Student of the of General
Linguistics and Stylistics Department
E-mail: ochar@inbox.ru

Чарыкова О. Н., доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой общего языкознания и стилистики Воронежского государственного университета
E-mail: ochar@inbox.ru

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

ОСОБЕННОСТИ ФОРМАТА «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ» В ПУБЛИЦИСТИКЕ ДМИТРИЯ СОКОЛОВА-МИТРИЧА

Н. С. Авдони́на, А. М. Малахова

Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 22 августа 2018 г.

Аннотация: *представлены и проанализированы художественно-публицистические тексты формата «человеческий документ» известного журналиста и публициста Дмитрия Соколова-Митрича. Проводится анализ понятий «жанр» и «формат» с точки зрения современного развития журналистики и публицистики. Выделяются особенные черты формата «человеческий документ», с учетом которых проводится интерпретационный анализ выбранных текстов Дмитрия Соколова-Митрича.*

Ключевые слова: *Дмитрий Соколов-Митрич, публицистика, «человеческий документ», жанр, формат.*

Abstract: *artistic and journalistic texts of the “human document” format of the famous journalist and publicist Dmitry Sokolov-Mitrich are presented and analyzed in the article. An analysis of the concepts “genre” and “format” is carried out from the point of view of the contemporary development of journalism and journalism. Special features of the “human document” format are singled out, taking into account the interpretation of selected texts by Dmitry Sokolov-Mitrich.*

Keywords: *Dmitry Sokolov-Mitrich, journalism, “human document”, genre, format.*

«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ»: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ОБЗОР

В предисловии к роману «Братья Земгано» (1879 г.) Эдмон де Гонкур пишет, что изображенные люди и взаимоотношения между ними — результат проработки огромного запаса впечатлений из жизни или «коллекции человеческих документов, так как одни — скажем это как можно громче — человеческие документы создают хорошие книги» [1]. «Человеческий документ» может бытовать в различных художественно-публицистических формах. Это дневник, письмо, мемуары, очерки, репортажи и др. «Человеческим документом» можно назвать в широком смысле жизнь человека, например, в очерке французского писателя-философа Ипполита Тэна «Бальзак» (1858) читаем: «Вместе с Шекспиром и Сен-Симоном Бальзак представляет величайший склад документов относительно человеческой природы» [2, с. 20].

«Человеческие документы» составляют основу журналистики и публицистики. Сделаем необходимое замечание: журналистика во всех странах брала начало в литературе, поэтому многие заимствования имеют «генетическую» обусловленность. Главная общая особенность и литературы, и журналистики состоит в реализации авторского замысла, которая требует наличия определенных навыков письма.

И публицистика, и «человеческий документ» всегда имеют набор одинаковых признаков: четкая тема

материала, идейная кульминация, жанр(ы), наличие героев, наличие структуры (или ее отсутствие), наличие лирических отступлений автора, использование «человеческих документов» (зафиксированные источники информации), типизация факта (публицистические образы).

Чаще всего «человеческие документы» можно наблюдать в текстах художественно-публицистических жанров, которые обычно относят к «авторской» или «писательской» журналистике, подчеркивая тем самым их особый характер.

В узком смысле «человеческими документами» называют письма, дневники, мемуары, воспоминания, устные истории, фотографии; иными словами, это закреплённая где-либо и как-либо информация о человеке и событиях, свидетелем которых он стал. В журналистике (а также литературе) в широком смысле «человеческим документом» может считаться любой журналистский текст, написанный о реальных героях и ситуациях, который основывался на зафиксированных источниках (письменные и устные источники, аудио- и видеосъемка), и рассказывающий человеческую историю без домыслов и искажений. Создание «человеческого документа» в журналистике происходит уже на начальных этапах сбора информации для материала, но примет ли этот материал в конечном своем виде форму «человеческого документа», зависит от целей и направленности текста. Например, во время записи интервью «исповедь» героя, его рассказ

о себе или каких-либо событиях уже является «человеческим документом», а запись, которая после останется у журналиста на диктофоне или в рабочем блокноте, также будет рассматриваться как «человеческий документ». Следовательно, этот журналистский продукт может послужить источником (свидетельством) информации об определенном периоде жизни конкретного человека.

Если же рассматривать «человеческий документ» в журналистике под другим углом, как определенный авторский текст (что и делали братья де Гонкур в литературе), то для этого текста будут характерны черты и особенности, свойственные именно «человеческому документу», как факторы, определяющие тот или иной жанр. При этом понятие «жанр» для «человеческого документа» не является актуальным из-за достаточного узких границ его семантики. Полагаем более актуальным рассматривать понятие «формат».

«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ»: ЖАНР ИЛИ ФОРМАТ

Вопрос о границе толкования понятий «жанр» и «формат» сегодня особенно актуален. Как пишет Г. В. Лазутина, «слово «формат» резко расширило диапазон своих значений и стало вытеснять из профессионального лексикона другие термины, в том числе и «жанр» [3, с. 14]. В учебнике Высшей школы экономики «Мультимедийная журналистика» говорится, что «единое понимание форматов — это прежде всего единое понимание процесса производства данного конкретного формата, понимание того, каких затрат он потребует, какой аудитории предназначен» [4, с. 133–134]. «Жанр» и «формат» не дублируют друг друга, хотя по некоторым параметрам они частично совпадают, но обозначают разные реалии: «Понятие “жанр” — так, как оно сложилось в мировой практике разных родов творчества, — есть обозначение определенного вида того или иного рода творчества и продуктов этого вида творчества. Они обладают устойчивыми признаками, в которых проявляют себя объективные факторы, вызвавшие этот вид творчества к жизни».

Формат «чаще всего обозначает совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации, выделяемых по тому или иному основанию для соотнесения его с другими предметами коммуникации. Эти признаки выступают в качестве критериев, по которым определяется возможность предъявления данного произведения аудитории и наиболее подходящая его подача» [4, с. 135].

«Человеческий документ» нельзя назвать жанром, т.к. он не подразумевает четкой структуры и не укладывается в рамки этого понятия. «Человеческим документом» может быть текст, написанный в любом жанре или даже нескольких жанрах одновременно.

Возникает необходимость определить категорию, к которой можно отнести подобные явления в журналистике. В этих условиях понятие «формат» является более подходящей альтернативой понятию «жанр». Как пишет Лазутина, «понятие “формат” — так, как оно складывается в настоящий период, — в большинстве случаев используется для обозначения совокупности признаков какого-либо предмета коммуникации, если понимать таковой как направляемый аудитории информационный продукт» [3, с. 16]. О. Лашук определила формат как совокупность параметров элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи, где параметры — это технические характеристики [5].

Мы предлагаем следующее определение понятия «формат». Формат журналистского произведения — это способ подачи и структурирования информации, обусловленный особенностями авторской интерпретации события.

К особенностям формата «человеческий документ» могут быть отнесены: документализм, ссылка на реальные факты и документы; аргументированные суждения; лирические отступления, использование художественных средств для создания авторского стиля и «человеческих документов» (в узком смысле) для фактологической основы, действенное повествование, диалогичность текста, импрессионистическая манера изложения; гибридизация жанров; автор выступает в качестве мыслителя и летописца.

«Человеческий документ» — это всегда о человеке и от имени человека, отсюда и его название. «Человеческий документ» не может быть равен очерку, несмотря на многие схожести, так как очерк — это жанр, а «человеческий документ» — в большинстве случаев гибридизация жанров.

На сегодняшний день публицистические тексты пишут многие журналисты, как русские (Д. Соколов-Митрич, Д. Быков, М. Ахмедова и др.), так и зарубежные (Ф. Бегбедер, Н. Гейман и др.).

ПРОЯВЛЕНИЯ ФОРМАТА «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ДОКУМЕНТ» В ПУБЛИЦИСТИКЕ АВТОРА

В качестве предмета интерпретационного исследования нами были выбраны следующие журналистские тексты Дмитрия Соколова-Митрича, российского журналиста, публициста и писателя, часто работающего в художественно-публицистических жанрах: «1914–1918. Война войной» («Русский репортер» [далее — «РР»], 2014), «Криминальное чтиво» («РР», 2012), «Идеальные православные» («РР», 2012), «Лёша из Лавры» («РР», 2015), Однажды в России («Фома», 2015), «С жиру бешеные, или Почему я не буду бороться с мировым инфантилизмом» («Фома», 2015), «Душа фээсбэшника» («РР», 2013), а также четыре его книги: «Яндекс.Книга» 2014 г., «Нетаджикские девочки. Нечеченские мальчики»

2007 г., «Мы здесь, чтобы победить: семь историй о лидерстве в бизнесе и спорте» 2017 г., «Непоследние времена» 2012 г.

В качестве методологической основы мы будем использовать интерпретационный анализ. Этот вид анализа наиболее приемлем в нашем исследовании, так как «человеческий документ» — это авторская интерпретация событий, историй, где эксперимент — ведущий способ познания. Как пишет исследователь С. Х. Габбасова, «импульсом к толкованию текста, с точки зрения интерпретатора и читателя, служит вопрос “Что же хотел сказать писатель этим произведением?” Общее впечатление от прочитанного является основой толкования художественного произведения», или в нашем случае — журналистского текста [6].

Поскольку объем статьи не позволяет проанализировать все стороны «человеческого документа» на примере материалов Соколова-Митрича, мы раскроем только основные аспекты, а именно: тема материала; идейная кульминация; жанр; образ героев; структура материала; стиль повествования (художественные средства); лирические отступления (контекстуальные вставки) журналиста; использование «человеческих документов» (в узком смысле).

По результатам анализа будет сделан общий вывод о структуре исследуемых журналистских произведений и дано определение «человеческого документа».

Тематика. Проанализировав темы семи журналистских материалов и четырех книг Дмитрия Соколова-Митрича, можно сделать вывод о том, что автор старается выбирать общественно значимые темы, отражающие и личные интересы автора, и потребности в оригинальных и оптимистичных историях современного общества.

Идейная кульминация. В каждом из семи анализируемых журналистских текстов и в каждой из четырех книг можно отметить какой-либо жизненный вывод или нравственный посыл. Все истории рассказывались с целью донести до читателя определенные мысли и побудить задуматься о важных вещах. Тексты имеют слабо выраженный назидательный характер и поднимают общественно важную проблему; благодаря манере подачи информации автором, история, рассказанная в тексте, не может оставить равнодушным. Например, цель материала «Леша из Лавры» — рассказать о необычном и действительно великом по своим делам Человеке. Автор приводит пример монаха, который выполнял свой долг перед Богом, совершая бескорыстно добрые дела. Отец Алексей занимался захоронением бомжей, брошенных стариков и вообще всех, кого попросят, не требуя ничего взамен. Соколов-Митрич попытался передать историю иеродиакона, рассказать о его нелегкой судьбе в такой понятной и «живой» форме, чтобы каждый читатель смог проникнуться этим рассказом.

Жанр. Анализируя жанровую принадлежность произведений Соколова-Митрича, можно отметить, что автор довольно часто использует разные методы сбора и изложения информации в одном материале, что приводит к гибридизации жанров. Автор успешно интегрировал художественно-публицистические жанры и приемы с особенностями репортажа, интервью, а репортажные элементы — с особенностями очерка и эссе. Репортаж, очерк и эссе — наиболее частые жанры, в которых работает автор. В материалах любых жанров используется большое количество «человеческих документов» как других людей, так и собственных (авторских). Это интервью, воспоминания, дневники, письма, фотографии, газетные вырезки и другие формы. Сказанное доказывает, что формат «человеческий документ» может быть реализован в любых журналистских жанрах, но особенно успешно он работает в художественно-публицистических формах и в жанре репортажа. Во всех текстах прослеживается единая методология создания — эксперимент. Автор намеренно погружается в определенную ситуацию или воссоздает ее вокруг себя. По причине наличия экспериментальной структуры материалов определение точной жанровой принадлежности становится затруднительным. Отдельно остановимся на интерпретации жанра материала «Леша из Лавры». Отнести его к конкретному жанру довольно сложно, поскольку текст сочетает в себе разные способы подачи и методы сбора информации. Наиболее подходящий жанр — портретный очерк. В тексте также присутствуют фрагменты интервью и репортажа. Сам автор позиционирует текст как попытку написать житие.

Образ героев. Рассмотрев всех героев, о которых говорит в своих текстах Дмитрий Соколов-Митрич, можно прийти к выводу, что именно они являются главными «вдохновителями» текстов, вокруг них строится все повествование. Все герои материалов очень яркие личности с интересной историей, автор старался передать их натуры через подробные описания не только внешнего вида, но и поступков и образа мышления. Герои в текстах Соколова-Митрича — один из главных источников информации, наравне с авторским наблюдением и познанием. Поскольку герои — основные источники информации, их самих можно назвать «человеческими документами», к которым обращается автор, и далее, поскольку каждый текст Соколова-Митрича представляет эксперимент, эти «человеческие документы» интерпретируются и интегрируются с другими материалами, образуя совершенно новый текст формата «человеческий документ». В большинстве случаев герои также являются компетентными специалистами в поднимаемом автором вопросе. В текстах художественно-публицистических жанров, прежде всего эссе, автор сам выступает в качестве героя, рассуждая на заданную тему.

Структура материала. На первый взгляд, анализируя только внешние признаки текстов, можно заключить, что их структура проста и стандартна: все материалы имеют заголовок, подзаголовок, в большинстве — лид, вводную часть (преамбулу) и основную часть (или части, в зависимости от жанра или объема материала). Все тексты дополнены иллюстрациями: фотографиями, сделанными автором, или рисунками. Присутствуют четыре элемента текста (по Б. Р. Паттерсону): повествование, описание, диалог и объяснение [цит. по: 7]. Действенное повествование и диалог преобладают. Наиболее часто встречающаяся композиционная схема подачи материала — повествование с чередованием объяснения и последовательный показ происходящего с разных сторон. Наиболее распространенный типовой вариант концовки — обобщение и обращение в будущее.

У всех проанализированных текстов есть одна особенность, что и доказывает их принадлежность к формату «человеческого документа»: форма подчиняется содержанию. Первооснова материала — это его идея, и именно под нее подстраивается впоследствии жанр и структура текста, выбираются герои. Наиболее ярким примером может служить текст «Леша из Лавры», где автор прямо в тексте обозначил, что данная журналистская работа — попытка написать житие.

Стиль повествования (художественные средства). В своих текстах Дмитрий Соколов-Митрич выстраивает диалог с читателем, он пишет просто и понятно, при этом его работы полны необычных метафор, сравнений и прочих художественных средств, через которые и проступает стиль автора и ощущается его присутствие в тексте.

Лирические отступления (контекстуальные вставки) журналиста. Авторское присутствие в тексте — важная и неизбежная особенность формата «человеческий документ». В работах Дмитрия Соколова-Митрича можно четко ощутить его присутствие, при этом мнение автора не подается навязчиво или агрессивно. В некоторых проанализированных текстах («1914–1918. Война войной», «Идеальные православные», «Криминальное чтиво», «Леша из Лавры») можно увидеть, что авторское мнение подается читателю не напрямую, а «между строк», в других материалах («Однажды в России», «Душа фээсбэшника», «С жиру бешеные, или Почему я не буду бороться с мировым инфантилизмом»), наоборот, автор мог открыто выразить свою позицию, при этом не призывая читателя следовать его мнению.

Использование «человеческих документов» (в узком смысле). Чтобы доказать причастность текстов Дмитрия Соколова-Митрича к формату «человеческий документ», были найдены примеры «человеческих документов» (в узком смысле) в каждом тексте. Во всех проанализированных работах автор

использовал различные источники информации, зафиксированные на каких-либо носителях и носящие документальный характер. Дмитрий Соколов-Митрич обращался к историческим источникам: летописям, биографиям, мемуарам, дневниковым записям, архивным записям, личным письмам; к официальным документам: отчетам, записям официальных речей и постановлений. «Человеческие документы», созданные в процессе сбора информации, также легли в основу его произведений: записи интервью, записи личных наблюдений и фотографии.

Проведя анализ журналистских текстов Дмитрия Соколова-Митрича в формате «человеческий документ» посредством интерпретационных методов, можно прийти к следующим заключениям:

1) в данном формате находят воплощение яркие, общественно значимые темы, также отражающие личные интересы автора и потребности современного общества, тему жизни простого человека или человека, который стал выдающимся благодаря собственным усилиям;

2) характерен жизненный вывод или нравственный посыл. Цель — донести до читателя определенные мысли и побудить задуматься о важных вещах;

3) характерно использование разнообразных методов сбора информации и ее изложения в одном материале, что приводит к гибридизации жанров. Особенно часто интегрируются художественно-публицистические жанры и приемы в репортаж, интервью, а репортажные элементы — в очерки и эссе. «Человеческий документ» органично существует в публицистическом творчестве;

4) герои являются главными «вдохновителями» текстов, вокруг которых строится все повествование. В текстах художественно-публицистических жанров автор сам выступает в качестве героя, рассуждая на заданную тему;

5) действенное повествование и диалог преобладают, форма подчиняется содержанию. Первооснова материала — это его идея, и именно под нее подстраивается впоследствии жанр и структура текста;

6) активно используются стилистические свойства языка, фигуры речи (тропы), тексты богаты и красочны, преобладают описания. Частое использование жаргонизмов и просторечия, допустимы архаизмы, канцелярит и слова-паразиты. Ключевая особенность — импрессионистическая манера письма. Автор наблюдает и описывает то, что слышит, видит и чувствует прямо сейчас, в данную минуту;

7) авторское присутствие в тексте — важная и неизбежная особенность данного формата;

8) использование различных источников информации, зафиксированных на каких-либо носителях и носящих документальный характер («человеческие документы» в узком смысле).

Дополняя теоретические положения результатами интерпретационного анализа, можно дать следующее определение формату «человеческий документ». «Человеческий документ» — это формат журналистского произведения, в центре которого находится человек и его история, где главным источником является зафиксированная где-либо и в какой-либо форме информация (иначе говоря — документы или сами люди). Важными особенностями данного формата являются следующие: высокая степень образности языка, авторское присутствие в тексте, рассмотрение общественно значимых проблем. Характерным методом познания выступает эксперимент.

ЛИТЕРАТУРА

1. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений / Сост. В. Серов. — М.: Локид-Пресс, 2005. — 852 с. — Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/encSlov/index.htm> (дата обращения: 12.05.18).
2. Яковлева Н. «Человеческий документ»: история одного понятия / Н. Яковлева. — Slavica Helsingiensia (Том 42). Helsinki, 2012, Department of Modern Languages, University of Helsinki. — Режим доступа: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/36468/chelovec.pdf?sequence=1> (дата обращения: 17.01.18).
3. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики / Г. В. Лазутина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2010. — № 6.
4. Мультимедийная журналистика: учебное пособие / Под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.
5. Щепилова Г. Г. Методический семинар «Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ» / Г. Г. Щепилова, Н. И. Клушина // Медиаскоп. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/методический-семинар-«динамика-развития-форматов-и-жанров-в-современных-сми»> (дата обращения: 12.03.18).
6. Габбасова С. Х. Интерпретация и анализ — разграничение подходов / С. Х. Габбасова // Каспийский государственный университет технологий и инжиниринга имени Ш. Есенова. — Режим доступа: http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2010/Philosophia/67033.doc.htm (дата обращения: 17.03.18).
7. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А. В. Колесниченко // Медиаскоп. — 2015. — Вып. № 1. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1691#18> (дата обращения: 27.05.18).
8. Вишневецкая Ю. 1914–1918. Война войной / Ю. Вишневецкая, Д. Соколов-Митрич // Русский репортер. — 2014. — № 48 (326) — Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2014/08/27/1914-1918-voyna-vojnoj/> (дата обращения: 27.05.18).
9. Соколов-Митрич Д. Душа фээсбэшника / Д. Соколов-Митрич // Русский репортер. — 2013. — № 24 (302). — Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2013/06/19/dusha/> (дата обращения: 06.01.18).
10. Соколов-Митрич Д. Идеальные православные / Д. Соколов-Митрич // Православие.ru — Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/52563.html> (дата обращения: 06.01.18).
11. Соколов-Митрич Д. Как я научился продавать людям их собственный оптимизм / Д. Соколов-Митрич // Секрет фирмы. — 2016. — Режим доступа: <https://secretmag.ru/opinions/dmitrij-sokolov-mitrich-kak-ya-nauchilsya-prodavatyudyam-ih-sobstvennyj-optimizm.htm> (дата обращения: 06.01.18).
12. Соколов-Митрич Д. Криминальное чтиво / Д. Соколов-Митрич // Русский репортер. — 2012. — № 44 (273). — Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2012/11/07/kriminal/> (дата обращения: 06.01.18).
13. Соколов-Митрич Д. Леша из Лавры / Д. Соколов-Митрич // Православие.ru. — Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/80380.html> (дата обращения: 06.01.18).
14. Соколов-Митрич Д. Мы здесь, чтобы победить: семь историй о лидерстве в бизнесе и спорте / Д. Соколов-Митрич // Авторский сборник. — М.: Эксмо, 2016.
15. Соколов-Митрич Д. Непоследние времена / Д. Соколов-Митрич. — М.: Ника, 2012.
16. Соколов-Митрич Д. Нетаджикские девочки. Нечеченские мальчики. / Д. Соколов-Митрич. — М.: Яуза-пресс, 2007. — Режим доступа: <https://www.litmir.me/bgr/?b=25408&p=1> (дата обращения: 06.01.18).
17. Соколов-Митрич Д. Однажды в России / Д. Соколов-Митрич // Фома. — 2015. — № 12 (152). — Режим доступа: <https://foma.ru/odnazhdyi-v-rossii.html> (дата обращения: 06.01.18).
18. Соколов-Митрич Д. Яндекс. Книга / Д. Соколов-Митрич. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
19. Соколов-Митрич Д. С жиру бешеные, или Почему я не буду бороться с мировым инфантилизмом / Д. Соколов-Митрич // Фома. — 2015. — № 6 (146). — Режим доступа: <https://foma.ru/s-zhiru-beshenyie-ili-pochemu-ya-ne-budu-borotsya-s-mirovyim-infantilizmom.html> (дата обращения: 06.01.18).

Северный (Арктический) федеральный университет
им. М. В. Ломоносова

Авдонина Н. С., кандидат политических наук, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью
E-mail: natalia.avdonina1987@gmail.com

Малахова А. М., магистрант
E-mail: anna.malahova.1996@mail.ru

Northern (Arctic) Federal University named after
M. V. Lomonosov

Avdonina N. S., Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Journalism, Advertisement and PR.
E-mail: natalia.avdonina1987@gmail.com

Malakhova A. M., Master Student
E-mail: anna.malahova.1996@mail.ru

ИНФОГРАФИКА КАК ТРЕНД В ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ ДАННЫХ (НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ МЕДИА)

С. Н. Гикис

Институт международных отношений Пятигорского государственного университета

Поступила в редакцию 14 ноября 2018 г.

Аннотация: в данной статье рассматривается мейнстрим современной журналистики — инфографика, исследуется контент и специфические черты инфографических проектов в британских (*The Telegraph, The Times, The Guardian, The Daily Mirror*) и американских (*The USA Today, The Wall Street Journal, The New York Times, The Washington Post*) изданиях. Выявляется ресурсный потенциал инфографики, определяется дальнейшее направление в развитии журналистики данных.

Ключевые слова: инфографика, журналистика данных, визуализация, лонгрид, сторителлинг.

Abstract: this article discusses the leading mainstream of modern journalism — infographics, explores the content and specific features of infographic projects in the UK (*The Telegraph, The Times, The Guardian, The Daily Mirror*) and American (*The USA Today, The Wall Street Journal, The New York Times, The Washington Post*) media outlets. This article reveals the resource potential of infographics, and determines the further direction in the development of data journalism.

Keywords: infographics, data journalism, visualization, longread, storytelling.

Инфографика занимает большое место в исследованиях современных специалистов в области журналистики и массовых коммуникаций [1–6], но использование инфографики в системе зарубежных медиа в настоящее время является малоизученным. Особенно интересен данный тренд в британских и американских газетах, где инфографика присутствует в различных тематических разделах, причем как в стандартных, так и в нетипичных формах.

В британской прессе, для которой характерно деление на медиа по политической направленности (консервативные, центристские, либеральные, лейбористские), частота использования инфографики также зависит от этой характеристики. За исследуемый пятилетний период (2013–2018 гг.) реже всего инфографика появлялась на страницах консервативной прессы и, в частности, в газете *The Telegraph*, где ей были присущи следующие черты:

— представление данных на инфографике в виде лонгридов (например, 2 февраля 2016 г. в газете *The Telegraph* была опубликована инфографика «Азиатский банк инфраструктурных инвестиций», посвященная этому новому банку [7]. Она состояла из десяти блоков: название банка на фоне фотографии его здания; сведения о церемонии открытия; вступление из четырех блоков с информацией о полном наименовании, капитале, назначении и штаб-квартире; сведения о 57 основателях — на фоне карты показано их количество по частям света; направления инвестиций в виде пиктограмм; текстовая информация о росте капитала; вертикальная блок-схема

управленческой структуры; справка о главе банка; хроника создания банка в виде непрерывной линии с ключевыми датами и событиями на ней и последний раздел — горизонтальная блок-схема с тремя вариантами ожидаемой прибыли от этого банка. В виде обычной статьи та же информация могла бы занять разворот газеты, однако в данном случае ее уместили на одной иллюстрации, пусть даже длинной, которую читателю нужно было прокручивать несколько раз. В виде подобных лонгридов *The Telegraph* публиковала также инфографики, посвященные развитию экономики Китая (по полугодиям), способам обеспечения будущего детей жителями Великобритании, пенсионным накоплениям работающих пенсионеров, безопасным покупкам в Интернете и пр.);

— акцент на экономическую и экономико-социальную инфографику, адресованную разным слоям населения и объединяющую сведения о разных государствах (в основном о крупных экономиках Китая, США);

— использование приемов сторителлинга, когда информационные блоки выстроены в хронологической либо аналитической последовательности и в совокупности производят впечатление законченной истории (в качестве примера можно назвать инфографику «Связь с НТИМ», посвященную занятости специалистов в четырех областях (наука, технологии, инженерные должности и математические расчеты) [7]. На ней подробно показано, как рос этот сектор экономики в США, Великобритании и Европейском союзе по отдельности, продемонстрированы основные тренды за пять лет в мире в целом, текущее состояние занятости, наиболее значимые события по-

следнего года и прогноз для НТИМ с контрольными датами 2020 и 2023 гг.);

— *использование фотографий* — причем как отдельных людей, чья биография кратко освещалась в инфографике, так и сюжетных фотоснимков, на которых была показана какая-либо ситуация — в этом случае инфографика заменяла собой репортаж (пример: инфографика «42 часа страха в Гуандуне», иллюстрирующая статью о призывах к смертной казни для преступников, занимающихся торговлей детьми в Китае и рассказывающая историю похищенного китайского мальчика, которого полиция удалось вернуть матери спустя 42 часа. На этой инфографике, имеющей вид хроники событий, использовались три разных фотографии — с уличной камеры видеонаблюдения, в полицейском участке и дома после возвращения ребенка) [7]).

Практически с той же частотой, что и The Telegraph, инфографику публиковала центристская британская газета The Times. Оправдывая статус респектабельного издания, она обращалась к графическим форматам визуализации данных в основном при подготовке статей по социально-экономической проблематике (так, в виде инфографики представлялись данные исследований на темы: «Делает ли богатство людей счастливее?», «С кем нам наименее комфортно говорить о деньгах?»; отчетная горизонтальная инфографика в 2014 г. была посвящена проблеме алкоголизма в Ирландии — потреблению, вреду для здоровья, доходам от продажи алкоголя в бюджет). В единичных случаях в виде инфографики представлялись сведения о прогнозе погоды (на неделю, на месяц), а также сведения о спортсменах. В частности, 23 марта 2017 г. здесь была опубликована инфографика «Льюис Хэмилтон» о пилоте «Формулы-1», на инфографике он был изображен в полный рост, а справа от него журналист разместил данные о его участии в гонках [8].

В отличие от The Telegraph и The Times, в основном публиковавших инфографику эпизодически и по особым поводам, либеральная газета The Guardian с 2009 г. считает визуализацию данных одним из ключевых направлений своей работы, а потому инфографика в ней появляется на регулярной основе для демонстрации сведений из разных сфер общественной жизни и для разной аудитории (в частности, в газете The Guardian существует как отдельное направление «Инфографика для детей»; для профессионалов массмедиа журналистами газеты было подготовлено 144 публикации о том, как эффективнее работать с инфографикой в рамках журналистики данных). Информационными поводами для инфографики в газете The Guardian могут быть праздники (к примеру, инфографика «Существует ли формула идеального свидания?» была опубликована в 2014 г. в День святого Валентина), спортивные состязания, выборы, вручение между-

народных премий (таких как Нобелевская), стихийные бедствия, принятие бюджетов в разных странах мира; инфографика востребована для демонстрации статистических данных, как правило, в этом случае информация наносится на географическую карту соответствующей территории, участки карты раскрашиваются в разные цвета [9].

В качестве особого направления в газете The Guardian следует выделить инфографический цикл по тематике летних Олимпийских игр в Лондоне. Журналисты подготовили серию объемных и содержательных инфографик и поместили их в специальный раздел на сайте издания («Данные об Олимпиаде в Лондоне — 2012») [9]. В него, в частности, вошли: инфографика в виде фотографий спортсменов, установивших самые стойкие рекорды, с пояснениями к ним; инфографика-таблица с расписанием состязаний; сложная трехблочная географическая инфографика с размещением олимпийских объектов на карте Великобритании, на карте Лондона и на панорамном плане Олимпийского парка; чертежная инфографика, демонстрирующая назначение каждого яруса Центрального олимпийского стадиона; чертежная инфографика, показывающая структуру смотровой башни в Олимпийском парке; инфографика из мини-рисунков ключевых олимпийских объектов с указанием их принадлежности; инфографика в виде трехуровневой круговой диаграммы, посвященной олимпийскому бюджету; инфографика с указанием доходов и убытков от проведения Олимпийских игр для бюджетов семи стран; сложная инфографика с картами, фотографиями и блоками данных на тему обеспечения безопасности Олимпийских игр. Данный инфографический цикл остается одной из наиболее посещаемых страниц на сайте The Guardian даже спустя шесть лет после Олимпийских игр. Во всех его инфографиках использовались одни и те же приглушенные цвета, шрифт, светлый фон; практически везде цвет основного текста — черный, к ключевым данным внимание привлекалось полужирным шрифтом и курсивом. Обращает на себя внимание и то, что любая из перечисленных инфографик цикла, даже содержащая значительный объем данных, тем не менее по размеру не превышала размер экрана, ее не нужно было прокручивать читателю (в отличие от инфографик в газетах The Telegraph и The Times).

Ведущее лейбористское издание — The Daily Mirror — разделяет идеи Лейбористской партии Великобритании, оспаривающей у руководящей партии консерваторов право на власть, а потому и его журналисты стремятся подавать информацию в максимально привлекательном виде, постоянно расширяя свою аудиторию. Инфографика в The Daily Mirror публикуется в различных формах, в том числе и в интерактивном виде, что не свойственно другим британским газетам и является элементом фирменного стиля The Daily Mirror. Образцы такой инфографики

объединены на сайте издания в отдельный раздел, где можно увидеть следующие виды форматов:

— *интерактивная инфографика в виде видеороликов* (сочетание текста и пиктограмм, в основном на медицинские темы);

— *обзорная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (например, пользователь видит календарь на год, в котором отдельные цифры выделены красным: при нажатии на каждое такое число появляется короткое информационное сообщение о важном событии, датированном этим днем);

— *структурная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (в частности, на инфографике «Инаугурационное собрание 8-го парламента» помимо фотографии и текста о последних выборах читатель мог увидеть на схеме партийную структуру нового, восьмого по счету, парламента Шри-Ланки, где каждый цвет соответствовал одной из шести партий. При нажатии на одну из семи цифр рисунок менялся и показывал структуру каждого из предыдущих семи парламентов, т.е. фактически эта инфографика объединила в себе восемь разных инфографик);

— *портретная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (так, после выбора кабинета министров в 2015 г. The Daily Mirror опубликовала инфографику «Государственные и исполнительные министры национального правительства», на которой разместила небольшие портреты всех 42 назначенных министров; при нажатии на любой из портретов появляется мини-инфографика с указанием полного имени этого министра, его должности, партийной принадлежности, округа, числа проголосовавших за него);

— *обучающая поэтапная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (например, инфографика «Как голосовать на общих выборах 2015 г.»; читателю предлагалось нажимать на пиктограммы и читать появляющиеся описания каждого этапа участия гражданина в выборах. Пиктограммы предварялись анонсом предстоящих выборов в 15-й парламент в виде короткого информационного сообщения);

— *отчетная спортивная интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (как правило, публиковалась перед полуфиналами и финалами крупных спортивных состязаний, на такой инфографике демонстрировались общие сведения о финалистах с их портретами и показателями; при нажатии на портрет открывалось еще несколько инфографик, посвященных пути к финалу выбранного спортсмена или спортивной команды);

— *биографическая интерактивная инфографика в виде flash-анимации* (могла объединять в себе как сведения об известной личности с момента его рождения, так и подробно описывать этапы его карьеры. К примеру, 24 марта 2015 г. в The Daily Mirror была опубликована инфографика, посвященная фельдмаршалу С. Фонсеке, на которой можно было увидеть его

портрет, новость о присуждении ему звания фельдмаршала, хронологию присуждения ему воинских званий с описанием заслуг для каждого из них (пооявлялось при нажатии на соответствующую дату), сведения о наградах) [10].

В целом можно констатировать, что обращение к интерактивной инфографике в The Daily Mirror было обусловлено стремлением журналистов уместить значительный объем информации на одной картинке, объединить в ней несколько статей, с одной стороны, и составить у читателя общее впечатление о длительном процессе, с другой.

Подобно британским медиа, популярные американские издания в рассматриваемый период также регулярно обращались к инфографике, однако в большинстве из них заметна тематическая специализация. Так, самая массовая газета в США The USA Today сосредоточилась на подготовке спортивной инфографики в нескольких вариантах:

— *личностная инфографика с фотографией в полный рост и спортивными данными одного спортсмена* (в газете The USA Today есть серия таких инфографик, посвященных рекордам ведущих игроков Национальной футбольной лиги);

— *отчетная инфографика, посвященная показателям обсуждения конкретных спортивных тем в социальных сетях* (на ней можно увидеть, какие спортсмены чаще всего упоминались в сетях Twitter, Facebook, Instagram за прошедшую неделю);

— *статистическая игровая инфографика, посвященная одному спортивному состязанию и объединяющая различные показатели действий соперников;*

— *анонсная инфографика со сведениями обо всех командах чемпионата и расписанием игр* [11].

Вторая по популярности после The USA Today американская газета The Wall Street Journal, представляющая собой специализированное деловое издание, закономерно предлагала читателям в качестве инфографики экономические данные, причем в большинстве случаев — в виде различных диаграмм. Для нее характерны регулярные сравнения графиков и числовых показателей, частое использование лонгридов, причем если в британских газетах The Telegraph и The Times в основном публиковались узкие лонгриды с 1–2 элементами в строке, то в газете The Wall Street Journal одна строка могла включать до 5–8 элементов (блоков информации, графиков, пиктограмм), вследствие чего такая инфографика выглядела как отчет для профессионалов отрасли. В качестве примера можно привести инфографику «Шторм, который переформатировал экономику США», опубликованную 6 сентября 2013 г. На ней объединена информация о пятилетнем влиянии экономического кризиса на экономику США, что в совокупности составило пятьдесят информационных блоков (в их числе три карты, двадцать три графика, двадцать гистаграмм) [12].

Для еще одной популярной американской газеты The New York Times была характерна инфографика по политической проблематике, в основном — в виде пиктограмм, демонстрирующих распределение мест в различных органах государственной власти США. Второе важное тематическое направление этой газеты — социальная инфографика, демонстрирующая уровень бедности среди разных социальных групп, показатели безработицы и социальной мобильности (также по группам).

От трех перечисленных изданий отсутствием такой выраженной тематической специализации отличается газета The Washington Post, журналисты которой демонстрируют творческий подход и в выборе тем (от президентских выборов до премьеры очередного фильма из серии «Звездных войн»), и в том, как представлять данные. Помимо традиционных инфографик в виде диаграмм, таблиц, графиков и пиктограмм, в газете можно увидеть инфографику в виде скетчей (нарисованную от руки на обычной старой бумаге и сфотографированную для размещения на сайте), со вставками в виде фотографий объектов и людей, социальную инфографику в виде олимпийских колец (разного размера, демонстрирующих показатели, не связанные со спортом). В 2018 г. во время чемпионата мира по футболу в России журналисты Л. Тьерни, Р. Фишер-Бау и Т. Меко объединили в одной статье несколько инфографик, демонстрирующих предпочтения американских болельщиков по городам США, при этом каждой команде-участнице чемпионата соответствовала своя матрешка, раскрашенная в цвета ее национального флага [13].

В целом, подводя итоги, можем сделать вывод о том, что в зарубежной журналистике данных инфографика сохраняет актуальность, демонстрируя развитие по трем основным направлениям: увеличение объема данных, сторителлинг, охват тематических областей, для которых ранее инфографика была не характерна. В инфографике все в большей степени используются фотоизображения политических и общественных деятелей, персонажей фильмов, рисунки и шаржи, что положительно влияет на ее запоминаемость. В будущем можно ожидать усиление этой тенденции, постепенного превращения инфографики из информационно-аналитического в развлекательный формат публикации журналистских данных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лаптев В. В. Инфографика: основные понятия и определения / В. В. Лаптев // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. — 2013. — № 184. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/infografika-osnovnye-ponyatiya-i-opredeleniya> (дата обращения: 14.11.2018).
2. Куликович В. И. Инфографика специализированного журнала «Отдел кадров» / В. И. Куликович, А. Ф. Тышкевич // Труды БГТУ. — 2015. — № 9. — С 82–86.
3. Рева Е. К. Особенности инфографики в журналах «Русский репортер» и «Эксперт» / Е. К. Рева // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. — 2011. — № 23. — С. 219–223.
4. Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: таймлайн / С. И. Симакова // Вестник ННГУ. — 2017. — № 4. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-vizualizatsii-informatsii-v-smi-taymlayn> (дата обращения: 14.11.2018).
5. Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете / В. В. Тулупов. — Воронеж: Кварта, 2012; его же: Техника и технология медиадизайна. Пресса. — М.: Аспект Пресс, 2018.
6. Юфкина С. Б. Инфографика как конвергентный жанр в современных СМИ / С. Б. Юфкина // Ogarёv-Online. — 2015. — № 19 (60). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/infografika-kak-konvergentnyy-zhanr-v-sovremennyh-smi> (дата обращения: 14.11.2018).
7. Официальный сайт The Telegraph. — Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk> (дата обращения: 08.10.2018).
8. Официальный сайт The Times. — Режим доступа: <https://www.thetimes.co.uk> (дата обращения: 08.10.2018).
9. Официальный сайт The Guardian. — Режим доступа: <https://soulmates.theguardian.com> (дата обращения: 08.10.2018).
10. Официальный сайт The Daily Mirror. — Режим доступа: <http://www.dailymirror.lk/infographics> (дата обращения: 08.10.2018).
11. Официальный сайт The USA Today. — Режим доступа: <https://touchdownwire.usatoday.com> (дата обращения: 08.10.2018).
12. Официальный сайт The Wall Street Journal. — Режим доступа: <https://www.wsj.com> (дата обращения: 08.10.2018).
13. Официальный сайт The Washington Post. — Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com> (дата обращения: 09.10.2018).

Институт международных отношений Пятигорского государственного университета

Гикис С. Н., кандидат педагогических наук, доцент кафедры конфликтологии, связей с общественностью и журналистики

E-mail: gikissvetlana@mail.ru

Institute of International Relations of the Pyatigorsk State Linguistic University

Gikis S. N., PhD in Pedagogics, Assistant Professor, Chair of Conflict Management, PR and Journalism

E-mail: gikissvetlana@mail.ru

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ГЕЙМИФИКАЦИИ В СЕКТОРЕ B2C

А. А. Давтян, Е. Б. Курганова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 февраля 2019 г.

Аннотация: статья посвящена психологическому аспекту использования игровых технологий в b2c коммуникации. Автор определяет понятие геймификации в b2c коммуникации, рассматривает ее основные функции и цели. В статье также уделяется внимание вопросу мотивации включения потребителя в игровые процессы.

Ключевые слова: геймификация, психологический аспект, b2c коммуникация, бренд

Annotation: this article deals with using game technologies in b2c communication with special focus on psychological aspect. The author has defined gamification in b2c communications, has observed its basic functions and objectives. The paper also presents the question of consumer motivation to get into the game technologies.

Keywords: gamification, psychological aspect, b2c communication, brand

Сегодня от рекламы и паблик рилейшнз заказчики нередко ожидают быстрого и значительного результата. Традиционные методы классических маркетинговых коммуникаций утрачивают свою эффективность и нередко становятся чересчур дорогими и сложно доступными. Причины такой ситуации могут быть различными: беглое чтение из-за отсутствия времени, возможность формировать для себя «читательское меню» с помощью современных онлайн-технологий, превращение радио и ТВ в ничего незначащий фон, снижение уровня доверия к традиционным каналам. В действительности привычные инструменты просто требуют новой нестандартной формы воплощения. Другими словами, эпоха Гутенберга уступает место эпохе Хейзинги, где одним из ключевых трендов становится геймификация. В условиях жесткой конкуренции и нежелания вкладывать огромные средства в утратившие свою эффективность инструменты игровые технологии нередко становятся спасательным кругом для заказчиков в сфере рекламы и PR. Альберт Гор еще на восьмой конференции Annual Games for Change Festival (2012 г.) обозначил перспективы этого тренда, сформулировав краткий девиз игрофикации: «Games are the new normal» («Игры — это новое привычное»).

Что мы будем понимать под геймификацией, направленной на потребителей? Игрофикация бренда в сфере b2c — использование игровых технологий для привлечения интереса клиентов или достижения иных целей в рамках коммуникационных (рекламных, PR, маркетинговых) проектов [1]. Игрофикация заинтересовывает потребителя, мотивируя его на то, чтобы взглянуть с нового ракурса на давно привычные продукты и развивает эмоциональную предрас-

положенность и влечение к бренду. Кроме того, геймификация предполагает мягкое опосредованное воздействие на клиента, а не лобовое, апеллирующее только к монетизационной составляющей [2,3].

На активизацию геймификации в последнее время оказало влияние несколько факторов. Во-первых, к распространению игрофикации привело развитие технологий, IT-продукты стали включать интерактив. Во-вторых, поколение «Y» достигло работоспособного возраста. Те, кто вырос на играх, стали трансформировать игровые технологии в рабочие процессы, превращаясь из простых игроков в разработчиков геймифицированных продуктов. И, в-третьих, распространение геймификации связано с развитием психологических наук и наук о поведении человека, которые помогли разъяснить механизмы работы игровых механик.

Рассмотрим ключевые функции геймификации в сфере b2c:

1. Развлекательная функция выражается в способности игры отвлечь от обыденности, принести удовольствие и развлечь участников.

2. Коммуникативная функция позволяет участникам игрового процесса общаться между собой, совершенствовать свои коммуникативные навыки.

3. Функция самореализации представляет возможность для участников применить и проверить накопленный опыт;

4. Игротерапевтическая функция помогает участникам справляться с трудностями, которые возникают в разных сферах жизнедеятельности.

Какие цели в сфере b2c могут быть достигнуты с помощью геймификации? Во-первых, это воздействие на поведенческие сценарии клиента: поощрение желательного поведения и корректировка нежелательного. При этом изменение поведенческой

практики не должно даваться легко, потребитель должен над этим поработать, чтобы почувствовать ценность нового поведенческого сценария. Например, ведение здорового образа жизни, поиск работы или соблюдение правил дорожного движения. Во-вторых, повышение лояльности потребителей. Лояльность нередко выливается в действия, она может выражаться в повторных покупках или продлении договора. Свидетельствами лояльности клиента могут стать следующие: потребитель осведомлен о бренде и предпочитает его, обладает большим количеством продуктов данного бренда, рекомендует продукт своим друзьям, знакомым и не только (сарафанное радио, отзывы о товарах бренда на специальных сайтах типа IRecommend.ru). В-третьих, это обучение, например, обучение клиента использованию технически сложным новым продуктом пройдет эффективнее с привлечением геймификации.

Большинство систем геймификации используют баллы, виртуальные трофеи и знаки отличия для поощрения клиентов за определенные действия. Тренд сегодня все активнее распространяется на все аспекты современной жизни: маркетинг, корпоративную культуру, спорт и даже политику. Следует отметить, что особенно игры прижились в онлайн-коммуникации. Там мы можем наблюдать все присущие геймификации элементы: 1) динамику (использование игровых сценариев, вовлекающих пользователей в процесс быстрого реагирования на события), 2) механику (использование виртуальных наград, статусов, очков, виртуальных товаров), 3) эстетику (создание общего игрового впечатления — яркой, эмоциональной атмосферы), 4) социальное воздействие (использование техник, обеспечивающих активное межпользовательское взаимодействие, взаимопомощь, работу в команде).

Что мотивирует потребителя включиться в игровые процессы, становится участником геймифицированного решения?

Любое действие, которое совершает человек, нуждается в мотивации, в придании ему смысла. Психологи обратили внимание на то, что даже когда нашими поступками руководит бессознательное, то есть скрытые от нашего сознания мотивы, мы тем не менее пытаемся найти своим действиям разумное объяснение и обоснование.

Мотивация — это побуждение к действию, направленному на удовлетворение существующей потребности. Это процесс, который управляет поведением человека, влияя на его организованность, направленность, активность и устойчивость.

«Благодаря нейрофизиологическому механизму активации следов (энграмм) внешних объектов, способных удовлетворить имеющуюся у организма потребность, и тех действий, которые ранее приводили к ее удовлетворению, потребность трансформируется в мотивацию, становится «опредмеченной»,

«целенаправленной» [4]. Мотив — это опредмеченная потребность.

По мнению американского психолога Клейтона Пол Альдерфера, людей заботят только три вида потребностей — потребности существовать (existence), потребности в социальных связях и общении с другими (relatedness) и потребности своего роста и развития (growth). Это созвучно с мнением ряда отечественных психофизиологов, которые делят все существующие потребности на три основные группы: витальные (биологические), социальные и идеальные [4].

Если говорить о геймификации в секторе b2c, то возникает вопрос, какие потребности современного человека могут удовлетворяться с помощью коммуникаций, использующих игровые технологии?

Несмотря на то, что, на первый взгляд, кажется, что игрофикация бренда в сфере b2c удовлетворяет лишь социальные и личностные потребности человека в развитии, тем не менее она способна удовлетворять и витальные потребности (existence), среди которых существуют не только потребности в еде, питье, сне, но также и в экономии сил. Потребность в экономии сил побуждает человека искать наиболее короткий, легкий и простой путь к достижению своих целей.

В условиях перенасыщенности мира информацией и изобилия брендов на рынке b2c современный потребитель оказывается перегружен стимулами, которые борются за привлечение к себе его внимания. В этой ситуации часто происходит избегание коммуникации со сложной информационной средой, которая возникает в случае перенасыщенности коммуникационных проектов, текстов, сообщений сложным или избыточным содержанием. У потребителя не возникает желания коммуницировать с информацией, заставляющей его прилагать большие усилия, чтобы ее воспринять. Такая информация вызывает напряжение и отпугивает потребителей. Также у клиента не возникает желания коммуницировать с информацией однообразной, банальной, слишком знакомой, вызывающей скуку и раздражение.

В связи с этим, если потребителю на рынке b2c предлагают усваивать информацию о бренде в игровой форме, он охотно соглашается, потому что таким образом удовлетворяет свою биологическую потребность в экономии сил.

Кроме того, ставки на витальную потребность в экономии сил можно делать и в самом коммуникационном проекте, в котором можно утверждать и демонстрировать, что потребителю станет жить легче и проще благодаря приобретенному им бренду.

Геймификация в секторе b2c также позволяет потребителям удовлетворять свои социальные потребности. Среди них, согласно теории мотивации (теории приобретенных потребностей) МакКлелланда, основанной на представлениях психолога К. Хорни

о потребностях в общении, существуют потребности достижения, соучастия и власти. Потребности соучастия позволяют потребителю разделять удовольствие от вовлеченности в процесс восприятия коммуникационных проектов, использующих игровые формы, со своими родными, друзьями, приятелями, знакомыми с общими интересами и установками. Потребности власти удовлетворяются в процессе игрофикации бренда в сфере b2c, когда у потребителя появляется возможность контролировать происходящие процессы, ситуации, держать руку на пульсе происходящих событий, прогнозировать и управлять своим выбором, достигать с помощью контроля более эффективного результата.

Но больше всего, на наш взгляд, геймификация позволяет удовлетворять потребности в достижении. В силу того, что наша культура и формы существования становятся все более нарциссичными [5], можно говорить о том, что игровые формы, побуждающие современного человека к соревнованию и достижениям, будут еще долго востребованными в разных сферах жизни и деятельности, в том числе и в сфере маркетинговых коммуникаций и брендинга. Потребности достижения делают привлекательным в глазах потребителя процесс игрофикации бренда в сфере b2c благодаря приобретению бренда или благодаря возможности конкурировать за обладание брендом, соревноваться, получать призы и награды. Американский психолог Джеймс Стейси Адамс в своей теории мотивации делает акцент не на удовлетворении потребностей, а на том, что люди сравнивают себя с другими, и сопоставляют собственные приложенные усилия и полученный результат с усилиями и результатами других людей. Согласно теории мотивации Леймана Портера и Эдварда Лоулера, степень вовлеченности потребителя в процесс игрофикации бренда будет зависеть от того, насколько он верит, что затраченные им усилия будут адекватно вознаграждены. Если вознаграждение от коммуникации с брендом в процессе игры будет соответствовать затраченным потребителем усилиям, он будет чувствовать удовлетворение и самоуважение, то есть эмоции, подкрепляющие сделанный выбор и стимулирующие совершить повторное действие. И в этом случае мы можем говорить о том, что потребитель удовлетворяет не только социальные потребности достижения, но и потребности роста (идеальные). Психолог П. В. Симонов выделил следующие разновидности потребностей в росте: потребность в новизне, потребность преодоления и потребность в компетентности [6].

Потребность в новизне — это потребность в получении новой информации, нового опыта, новых впечатлений, которая реализуется в ориентировочно-исследовательском поведении человека. Предпосылкой такого рода поведения является дефицит активации в организме, который побуждает к поиску стимулов,

способных его активировать. Этим свойством обладают стимулы, характеризующиеся новизной, сложностью, изменением, неопределенностью, двусмысленностью. Исследовательская деятельность также побуждается недостатком, неопределенностью полученной информации. Человек с трудом переносит неопределенность, незавершенность, и для устранения этого состояния, существует особая форма ориентировочно-исследовательской деятельности в виде направленной любознательности, цель которой получить недостающие, уточняющие сведения и тем самым снизить неопределенность. Но здесь важно помнить, что для побуждения потребителя направить свои усилия на поиск недостающей информации, необходимо в процессе игрофикации бренда создать оптимум информационной неопределенности, так как в ситуации с большой неопределенностью, так же как и малой, ориентировочно-исследовательское поведение не развивается. «Знакомые, простые, целостные, избыточные, повторяющиеся и ожидаемые стимулы на экране ведут к низкому интересу и вообще к скуке, в то время как абсолютно новые, сложные, неизвестные, непостоянные, непредсказуемые и неожиданные стимулы вызывают перенапряжение и недопонимание. Только те стимулы, которые находятся в “золотой середине”, достигают максимума по шкале внимания» [7].

В процессе геймификации потребность в новизне удовлетворяется за счет того, что игровые технологии предлагают потребителю новую, творческую форму коммуникации с брендом, отличающуюся от традиционных форм подачи информации, а также за счет того, что использование игровых технологий как нельзя лучше позволяет достигать оптимума информационной неопределенности.

Потребность преодоления проявляется в сопротивлении попыткам ограничить деятельную активность живого существа, оказать на него давление. На информационном уровне идеальная потребность в преодолении в симбиозе с социальной потребностью достижения может использоваться в коммуникационных проектах, где либо бренд-персонажи, либо сами потребители преодолевают препятствия, разного рода ограничения и получают за это вознаграждение в виде ощущения свободы, положительных эмоций, признания окружающих или материальных благ.

То же самое можно говорить и о потребности в компетентности, то есть стремлении человека к повторению одних и тех же действий с целью усовершенствования своей деятельности. Данная потребность реализуется в подражательном (имитационном) и игровом поведении. Следовательно, удовлетворение потребности в компетентности в процессе включения в игрофикацию бренда вызывает у потребителя положительные эмоции и позитивно влияет на формирование характера. Высокий уровень ком-

петентности человека дает ему чувство уверенности, самостоятельности и независимости, удовлетворяя одновременно и потребность роста, саморазвития, и потребность достижения, успеха, признания.

Также в процессе игрофикации бренда в сфере b2c потребитель удовлетворяет две разновидности потребностей: в сохранении и развитии. Эти группы потребностей противоположны друг другу. В зависимости от внешних и внутренних факторов в разное время у человека актуализируется либо желание покоя, стабильности, безопасности, либо стремление к изменениям, динамике, выходе из зоны комфорта. Если эти желания появляются одновременно и равнозначно важны человеку, то они превращаются в конфликт мотиваций, он начинает испытывать чувство сильнейшего психологического дискомфорта. Но если удастся создать гармоничное, равновесное сочетание неизменного и нового в одном проекте, то такое противоречие снимается, а сам проект становится привлекательным и вызывает желание с ним коммуницировать. Игра предполагает одновременно что-то неизменное, постоянное (обязательные правила, пространственно-временные границы игры) и новое (включаясь в игру, человек обладает большой степенью творческой свободы и может испытывать каждый раз разные эмоции).

Й. Хейзинга пишет: «Игра есть добровольное действие или занятие, совершаемое внутри установленных границ места и времени по добровольно принятым, но абсолютно обязательным правилам с целью, заключённой в нём самом, сопровождаемое чувством напряжения и радости, а также сознанием “иного бытия”, нежели “обыденная” жизнь» [8].

Как известно, в игры много и охотно играют дети, подспудно обретая навыки обращения с предметным миром и навыки социализации. По мере взросления человек все больше занимается рутинными делами, все больше в его жизни появляется обязанностей и стереотипных форм поведения. Спонтанность, легкость и творческая свобода нередко уходят из жизни повзрослевшего человека, и в ней начинают преобладать однообразие, рутина и скука. В условиях дефицита игры в жизни человека актуализируется его потребность во взаимодействии именно с игровыми формами, с которыми он может встретиться в рамках геймификации бренда.

Игра — это легкий способ получения и закрепления новой информации о бренде, который дарит такие яркие и положительные эмоции как удовольствие, радость, удовлетворение, восторг и др.

Игра предполагает сильную вовлеченность, позволяя человеку быть в моменте, не сожалеть о прошлом или беспокоиться о будущем, а быть захваченным настоящим. При этом игра избавляет от тревог, свойственных повседневной жизни. Именно поэтому люди стремятся к возобновлению и повторению игры, так как она обладает способностью переносить

человека в мир идеальный. Игра — с её волнениями и напряжением — не выходит за свои пределы и остаётся в себе самой. Игра дарит людям наслаждение настоящим в специально созданном безопасном игровом пространстве, если речь идет о конструктивных играх, к которым мы относим, в том числе и игрофикацию бренда в рамках коммуникационных проектов.

Михай Чиксентмихайи ввел в научный обиход понятие «состояние потока», означающее, что человек полностью погружается в то, чем он занят [9]. Здесь уместно вспомнить о послепроизвольном внимании, которое возникает, когда человек оказывается вовлеченным в некий процесс после совершенного волевого усилия. Процесс настолько его захватывает, что ему не составляет труда удерживать внимание на интересующем его объекте. В процессе игрофикации бренда удастся у потребителей вызвать именно послепроизвольное внимание.

В реальной жизни все, что выходит за рамки обыденного, приводит человека в состояние возбуждения и воодушевления. Но если человек в процессе коммуникации с брендом, например, в случае с интригой в сообщении, сталкивается с решением слишком простой задачи, то он испытывает скуку и разочарование, а если со слишком трудной, то с раздражением и фрустрацией. Поэтому в коммуникационном проекте должна быть найдена тонкая грань между определенностью и неопределенностью, что позволит мотивировать потребителя включиться в игровой процесс. Этим можно объяснить успех эйбиент-медиа, когда в обычной окружающей среде неожиданно появляются объекты, приглашающие потребителя в игровое пространство, в котором есть и определенность (бренд, постоянные узнаваемые константы фирменного стиля, узнаваемые элементы окружающей среды) и неопределенность (новое прочтение этих узнаваемых элементов за счет наделения их другими качествами и свойствами) [10].

Подводя итоги, необходимо отметить, что с помощью коммуникаций, использующих игровые технологии, могут удовлетворяться различные потребности человека: социальные, личностные и даже витальные. Применение игрофицированных приемов в сфере b2c повышает лояльность клиентов и превращает их из пассивных потребителей в активных пользователей. Также геймификация позволяет с помощью своих инструментов достигать широкий спектр целей, начиная с воздействия на поведение клиента и заканчивая его обучением. Это обуславливает активизацию применения игровых технологий на современном рынке рекламы и PR.

ЛИТЕРАТУРА

1. Реклама и связи с общественностью: теория и практика /Под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. — 370 с.

2. Курганова Е. Б. Игрофикация бренда: возможности и угрозы // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 1; URL: <http://www.science-education.ru/115-12212> (дата обращения 13.02.2019)
3. Курганова Е. Б. Игрофицированные решения для привлечения клиентов // Проблемы массовой коммуникации: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. — Ч.2. — Воронеж, 2015. — С. 54–56.
4. Симонов П. В. Созидющий мозг: Нейробиологические основы творчества / П. В. Симонов. — М.: Наука, 1993. — 112 с.
5. Соколова Е. Т. Нарциссизм как клинический и социокультурный феномен // Психология в России: современное состояние — 2010. — № 3 — С. 684–702.
6. Давтян А. А. Использование знания потребностно-мотивационной сферы потребителей при создании рекламных сообщений // Вестник ВГУ. Серия: Филология, Журналистика — 2005. — № 1. — С. 170–178.
7. Винтерхофф-Шпрук Петер. Медиапсихология. Основные принципы. Пер. нем. — Х.: Изд-во Гуманитарный Центр. 2007. — 288 с.
8. Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. / Пер. с гол. Д. В. Сильвестрова — М.: Прогресс, 1997. — 416 с.
9. Чиксентмихайи М. Креативность. Поток и психология открытий и изобретений / Михай Чиксентмихайи. — М.: Карьера пресс, 2015. — 528 с.
10. Давтян А. А. Креативные коммуникации: психологический аспект // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике: матер. междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред.-сост. Д. П. Гавра. — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Филол. ф-т, 2015. — С. 146–149.

Воронежский государственный университет

Давтян Ануш Арамовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и дизайна

Курганова Екатерина Борисовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью

Voronezh State University

Davtyan A. A., Candidate of Philology, Senior Lecturer, Department of Advertising and Design

Kurganova E. B., Candidate of Philology, Senior Lecturer, Department of Public Relations

ФЕНОМЕН ПОЛИТИЧЕСКИХ TELEGRAM-КАНАЛОВ КАК ИННОВАЦИОННЫХ ЦИФРОВЫХ СМИ В РОССИИ

В. Н. Дорохин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 11 сентября 2018 г.

Аннотация: статья призвана объяснить принципы появления и механизмы функционирования политических Telegram-каналов как смыслообразующих площадок внутри самого известного мессенджера России.

Ключевые слова: СМИ, мессенджеры, соцсети, Интернет, Telegram, Россия, феномен, популярность, политика, каналы.

Abstract: the issue is intended to explain reasons behind the appearance and functioning mechanisms principles of the political Telegram channels — as sense shaping platforms inside the most popular Russia's messenger.

Keywords: Mass media, messengers, social networks, Internet, Telegram, Russia, phenomenon, popularity, politics, channels.

Современный рынок СМИ практически полностью перешел на цифровые платформы, о чем свидетельствуют крайне низкие тиражи печатных изданий, высокая концентрация пользователей на диалоговых площадках социальных медиа (сайты, форумы, имиджборды, социальные сети, мессенджеры и пр.) и главенствующая роль Интернета в формировании информационных поводов и актуальной повестки дня. Высокая скорость получения, обработки и распространения информации каждым интернет-пользователем, а также низкий порог входа в цифровую среду и отсутствие цензуры позволяет любому ее участнику задавать свой новостной тренд, не имея специального образования и профессионального оборудования для создания собственных информационных сюжетов [1]. Все эти факторы в совокупности и позволяют говорить о ряде цифровых площадок для свободного распространения информации как инновационных цифровых СМИ [2].

В то же время ужесточение норм российского законодательства в вопросах размещения в Интернете опасной или вредной (с правовой точки зрения) информации сказывается на поведении самих пользователей внутри социальных медиа [3]. При этом на цифровых площадках с высокой концентрацией политически активных пользователей — вроде социальной сети «ВКонтакте» или видеохостинга YouTube — из-за пристального внимания властей и спецслужб к их пользователям в 2018 г. обозначилась тенденция к скрытию данных имени профиля и фотографий его владельца, а иногда даже и самого IP-адреса (путем использования «лукового» шифрования данных в специализированном браузере Tor или установкой VPN-сервисов) [4]. Таким образом,

в век информационного бума приватность становится не только привилегией технически грамотных пользователей, но и зачастую необходимым для личной безопасности инструментом оппозиционных идеологов и пропагандистов наравне с их активными сторонниками.

Особое место в иерархии цифровых площадок для свободного и практически бесконтрольного обмена любой информацией в Интернете остается запущенный в сентябре 2013 г. мессенджер Telegram, ставший в свое время настоящей «отдушиной» от контроля различных социальных медиа и спланированных хакерских атак на них. Это была первая в своем роде цифровая платформа, реализовавшая функцию создания по-настоящему анонимных публичных каналов распространения информации; и, разумеется, немалый уровень интереса их авторов составила практически запрещенная «теневая сторона» российской политики (внутриведомственные инсайды, коррупционные расследования, обнародование секретных документов и т.п.). В сочетании с вышеописанными средствами защиты и возможностью использовать окончательное end-to-end шифрование от взлома переписки и возможностью мгновенно менять номера мобильного телефона, никнеймы и доменное имя, создатели многих Telegram-каналов стали практически неуловимы. Пик их активности и набора заинтересованной базы подписчиков пришелся на 2016–2017 гг. [5].

Однако в итоге все преимущества Telegram были реализованы исключительно для непубличных пользователей, умеющих скрывать свое присутствие в Интернете: например, в случае открытого обнародования запрещенной информации из анонимного политического канала на авторский канал, за которым стоит вполне конкретная персона, его вла-

делец мог с легкостью стать фигурантом административного или даже уголовного дела. К тому же необдуманная подписка на различные политические и околополитические каналы экстремистского толка, к которым могли получить доступ спецслужбы, только добавляли подозрений в адрес многих пользователей мессенджера. Связано это именно с цифровым противостоянием российских спецслужб преступным действиям экстремистов, террористов, коррупционеров, наркоторговцев и т.д. в Интернете [6]. Поэтому попадать «под горячую руку» с наличием открытого аккаунта хотелось далеко не всем пользователям, и многие политические Telegram-каналы зачасу имеют в 2–3 раза больше просмотров, чем собственно подписчиков.

Помимо опасной и вредной информации, в политических Telegram-каналах большое распространение имела откровенная ложь и дезинформация, целью которой было своекорыстное желание повышения уровня скандальности и обсуждаемости размещаемых публикаций их авторами, и, как следствие, увеличение числа подписчиков канала (статистика практически каждого из них доступна на сайте Tgstat.com) и его дальнейшая монетизация [7]. Нередко сюжеты для постов сочиняются путем случайной логической перетасовки действующих лиц и актуальных тем повестки дня, не сопровождаются никакими доказательствами и из раза в раз подаются с нарочитым ореолом загадочности. Ряд каналов, конечно, делает оговорки о том, что предоставляемая информация может быть недостоверна или является банальным слухом, но в основной своей массе авторы политических Telegram-каналов подают свой контент крайне уверенно. Нередки и случаи придания своему каналу, его информации или образу вещания искусственно завышенного статуса (например, позиционирование канала как авторского блога высокопоставленного чиновника из профильного ведомства). Уровень доверия автору канала при этом остается за читателем [8].

«Закулисные интриги» авторов политических Telegram-каналов, помимо их прямого или косвенного отношения как к террористам, так и спецслужбам, а также намеренная дезинформация подписчиков ради увеличения коммерческого эффекта постов заключались также и в секретных стратегиях якобы нативного конфликта на почве низкого (или же вовсе отсутствующего) фактчекинга, а также опровержения предоставляемой каким-либо каналом информации. Впрочем, на проверку конфликт может оказаться заранее спланированным или же вовсе ведущимся одним автором различных по тематике каналов для взаимного повышения их рейтинга. К началу 2018 г. фактчекинг и даже деанонимизация авторов политических Telegram-каналов (преимущественно на коммерческой основе) стали новым смыслообразующим звеном глобального контента мессенджера.

Учитывая статистику одного из самых значительных эффектов концентрации общественного внимания на продукте или явлении с применением технологий так называемого черного PR, политические Telegram-каналы — равно как и сам мессенджер Telegram — со временем только привлекали пользователей на свою платформу. Немаловажными факторами в анализе феномена их популярности является также личность основателя мессенджера П. Дурова и ряд его публичных скандалов с ФСБ и Роскомнадзором. В свете ужесточения российского законодательства в интернет-пространстве синергетический PR-эффект мессенджера Telegram (к слову, осуществленный без целевых затрат на конкретные статьи расходов по продвижению платформы или любых внутренних каналов) привлек в него колоссальное число пользователей, заинтересованных в политической аналитике или коммерциализации отдельных каналов [9].

Реакция официальных лиц на функционирование политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в целом можно описать как негативную, реже — консервативно-сдержанную. Чиновники различного ранга в силу высокой занятости и недоверия к хаотично развивающимся новостным форматам с низкой валидностью информации предпочитают не комментировать размещаемый на подобных источниках контент. С другой стороны, молодежь и протестно настроенные личности с низким уровнем социализации и — зачастую — самоконтроля с легкостью поддаются на эмоциональное, психолингвистическое и иное воздействие контента политических Telegram-каналов, принимая практически любую информацию за истину и формируя искаженное восприятие реальности [10]. Подобный вид публичного дискурса (с намеренным игнорированием доказательной базы тезисов и реальной повестки дня, опусканием подробностей, планомерными повторами аргументации и прочими манипуляциями с аудиторией) в науке получил название «общество постправды», и в случае с анонимными политическими Telegram-каналами его отработка становится вполне обыденным и регулярным явлением.

Тем не менее, с учетом всех недостатков в медиаконтенте политических Telegram-каналов, их публика все активнее осуществляет прочтение постов и подписки, обсуждает описанные события в Интернете и за его пределами, выводит опубликованные материалы в инфополе традиционных СМИ, насаждает собственную идеологию, а также устраивает мероприятия по актуальным темам — зачастую на грани законности и с намеренными провокациями. Всего по состоянию на сентябрь 2018 г. в мессенджере Telegram зарегистрировано 30857 каналов, 400 из которых напрямую касаются политики, и еще порядка 300 — опосредованно. Также в мессенджере представлены частные и публичные профили из

вестных политиков, политологов, политтехнологов и политических журналистов, прямо или косвенно касающихся актуальной (или искусственно актуализируемой) повестки дня [11].

Сегодня мессенджер Telegram, несмотря на все протесты власти, судебные разбирательства, запреты на территории России и блокировки Роскомнадзора, остается одной из популярных платформ для политической аналитики, в том числе в ряде крупных традиционных СМИ («Российская газета», «Эхо Москвы», РБК и пр.), среди депутатов Госдумы и оппозиционных лидеров. Верхние строчки рейтингов стабильно занимают политические Telegram-каналы с альтернативной точкой зрения и критическим восприятием реальности, собирающие десятки и даже сотни тысяч подписчиков («Сталингулаг», «Футляр от виолончели», «Незыгарь», «Бойлерная», «Кремлевский мамковед» и пр.) [12]. Рекламодатели все чаще обращаются к анонимным владельцам подобных каналов из-за возможности прямого воздействия каждого их поста непосредственно на конечную аудиторию, а также регулярной обсуждаемости внутреннего контента, авторской позиции и даже языка повествования («Лентач», «MRZLK», «Усы Пескова» и пр.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. — М., 2016.

2. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика / А. А. Амзин. — М.: Аспект Пресс, 2016.

3. Рихтер А. Г. Правовые основы интернет-журналистики / А. Г. Рихтер. — М., 2014.

4. Гусев В. С. Аналитика веб-сайтов. Использование аналитических инструментов для продвижения в Интернет / В. С. Гусев. — М.: Диалектика; Вильямс, 2014.

5. Сотникова О. Интернет-издание от А до Я. Руководство для веб-редактора / О. Сотникова. — М.: Аспект Пресс, 2013.

6. Выгонский С. И. Обратная сторона Интернета. Психология работы с компьютером и сетью / С. И. Выгонский. — М.: Изд-во Феникс, 2015.

7. Материалы сайта <https://tgstat.ru> (дата обращения: 11.09.2018).

8. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

9. Интернет и интерактивные медиаисследования / под ред. И. Засурского. В 2-х ч. — М.: Изд-во МГУ, 2017.

10. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная медиаречь) / Т. Г. Добросклонская. — М.: ФЛИНТА, 2014.

11. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. — Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2015.

12. Материалы сайта <https://ru.telegram-store.com/catalog/product-category/channels> (дата обращения: 11.09.2018).

Воронежский государственный университет

Дорохин В. Н., аспирант кафедры телевизионной и радиожурналистики

E-mail: vndorokhin@gmail.com

Voronezh State University

Dorokhin V. N., Postgraduate Student of the Department of Television and Radio Journalism.

E-mail: vndorokhin@gmail.com

ПЕРСНИФИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ РАДИОВЕЩАНИИ

Д. В. Зубко

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 27 ноября 2018 г.

Аннотация: в статье исследуется персонификация в публицистическом радиовещании начала XXI в. Отмечается, что реализация персонификации на современном радио происходит с помощью контактоустанавливающих средств, выбора жанра и формы радиопроизведения, количественных приемов, особых лексико-фразеологических, морфологических, синтаксических средств языка, образности речи, «наклеивания ярлыков», эмоциональной оценочности явлений; умения отделять главное от второстепенного.

Ключевые слова: радиовещание, персонификация, радиопублицистика.

Abstract: the article investigates the personification in publicistic radio broadcasting of the beginning of the XXI century. It is noted that the implementation of personification on modern radio occurs with the help of contact-setting means, the choice of genre and form of radio, comic techniques, special lexical-phraseological, morphological, syntactic means of language, speech imagery, "labeling", emotional evaluation of phenomena; the ability to separate the main from the secondary.

Keywords: radio broadcasting, personification, radio journalism.

Тенденция все большего увеличения личностного подхода к передаче информации наблюдается в начале XXI века на всех уровнях журналистской деятельности, даже в передачах информационного характера: не новость, а ее оценка журналистом выходит на первый план, информация таким образом «очеловечивается» и получает определенный идеологический подтекст. «В условиях демократии журналистика активно интерпретирует реальность, представляет интересы разных социальных групп, выстраивает связи между ними, берет на себя функцию связующего звена между общественными и государственными институтами» [1, с. 28].

Публицистика как наиболее личностный вид журналистской деятельности в еще большей степени влияет на социальную реальность, формируя и расширяя представление аудитории о проблемных сторонах общественной жизни. Петербургский исследователь А. А. Юрков пишет: «Публицист не прячется за чужие авторитеты и не только не отрицает своего намерения повлиять на массовое сознание, но и всячески подчеркивает это свое намерение, не боится выносить на суд публики самые смелые суждения» [2, с. 24]. Таким образом, публицист — это личность, пропускающая через себя информацию и передающая ее аудитории через призму собственного восприятия, т.е. персонифицирующая информацию.

Под персонификацией можно понимать способ передачи и комментирования информации, посред-

ством которого журналист, с опорой на его собственный жизненный и профессиональный опыт и с помощью свойственных ему качеств личности, манеры общения, речевых, фоновых, полоролевых характеристик, логики построения высказывания, представляет суть общественных явлений и в определенной мере прогнозирует их воздействие на общественные процессы. Таким образом, персонификация играет особую роль в публицистическом радиоэфире.

Вместе с тем нельзя не согласиться с Е. В. Шиповой, которая убеждена, что основная опасность персонификации заключается в том, что представители аудитории формируют свой собственный образ определенного журналиста. Образ становится неотъемлемой частью сообщаемого, а смысл информации, получаемой аудиторией, находится под влиянием личности того, кто ее озвучивает [3]. Этот фактор создает опасность в том отношении, что успешно зарекомендовавший себя в других проектах или харизматичный журналист может пользоваться кредитом доверия аудитории, в то же время намеренно искажая реальность в пользу определенных финансовых или политических структур. Персонификация в этом отношении чрезвычайно актуализирует компетентность журналиста, его культуру и профессиональную состоятельность [4].

Борьба за нравственное, моральное и политическое переориентирование аудитории посредством персонификации информации в том виде, в котором мы ее видим в России, обостряется в период выборов процессов, нестабильности внешнеполитиче-

ских отношений, перераспределения внутригосударственных и международных сфер политического и экономического влияния, что объясняется необходимостью культурного и политического переориентирования общества.

Огромную силу получает персонализация в радиозфере. Радиореальность, как и телевизионная реальность, отлична от действительной картины мира, она всегда смоделирована, условна, фрагментарна. В этой реальности не столько отражена, сколько сформирована картина дня такой, какой ее пожелала увидеть конкретная редакция. Убеждающая сила радиослова дает журналисту практически неограниченную власть над представлением ситуации. Радиореальность стремится к упрощению жизни, вычленению из нее тех аспектов, которые конкретная редакция считает наиболее важными; этим событиям и явлениям придается феноменальное значение, они становятся темами для обсуждения в публицистических радиопрограммах.

Как правило, автор-публицист интересен аудитории сам по себе, он «коммуникатор, проникающий в сферу жизнедеятельности слушателя не как абстрактный исполнитель информационной функции, а как личность, то есть с грузом своих собственных идей, мнений, ценностных ориентиров, мотивов» [5, с. 19]. Именно поэтому ведущими публицистических радиопрограмм часто становятся известные медийные личности, журналисты, писатели, общественные и политические деятели. Например, А. Невзоров, постоянный эксперт и соведущий передачи «Невзоровские среды» на радио «Эхо Москвы» (вел с 1987 по 1993 гг. знаменитую передачу «600 секунд» на Ленинградском телевидении, в настоящее время является советником генерального директора «Первого канала» К. Эрнста); известный петербургский писатель, журналист, основатель «Агентства журналистских расследований» А. Константинов ведет на интернет-радиостанции «Фонтанка. Office» авторскую передачу «Итоги недели с Андреем Константиновым»; глава Синодального отдела по взаимоотношениям церкви с обществом и СМИ В. Легойда — автор и ведущий передачи «Откровенный разговор с Владимиром Легойдой» на радио «Комсомольская правда»; один из авторов программы «Один» на радио «Эхо Москвы» — писатель Д. Быков, наиболее известный интернет-аудитории по совместному с актером М. Ефремовым сатирическому проекту «Гражданин поэт»; депутат Государственной думы В. Милонов — соведущий передачи «Депутатская прикосновенность» на радио «Комсомольская правда».

Для быстрого привлечения внимания слушателя в названиях программ может содержаться указание на фамилию автора-журналиста или постоянного эксперта передачи. Это, например, программы: «Полный Альбац», «Невзоровские среды», «Ганапольское. Итоги без Евгения Киселева», «Реплика Ганапольско-

го», «Реплика Ореха» — радио «Эхо Москвы»; «Взгляд Максима Кононенко» — радио «Вести ФМ»; «Отзвуки театра с Александром Калягиным» — «Радио России»; «Итоги недели с Андреем Константиновым» — радио «Фонтанка. Office»; «120 минут с Андреем и Юлией Норкиными», «Горячие точки с Дарьей Асламовой», «Расследования Ульяны Скойбеда», «Откровенный разговор с Владимиром Легойдой», «Взгляд Поклонской» — радио «Комсомольская правда».

Особенностями радиопрограмм с известными личностями в роли ведущих или постоянных экспертов является не только узнаваемость авторов, их сугубо личный философский взгляд на действительность, но и жанр представления публицистического произведения. Как правило, публицистические радиопередачи в радиозфере 2010-х гг. за редкими исключениями (по нескольким циклов передач в жанрах радиоочерка, радиодосье, радиорассказа, радиоконпозиции, радиодосье, отдельных передач в жанре радиотеатра в эфире радиостанций «Радио России», «Радио Звезда», «Детское радио», «Вести ФМ», «Радио Мария — Россия») выходят в жанре авторского радиоконментария по поводу актуальной проблемы или в форме разнообразных видов дискуссионных программ.

Выбор жанра радиопроизведения является одним из проявлений персонализации. Яркая авторская индивидуальность, образность речи и художественное видение действительности наиболее ярко раскрываются в малораспространенных в эфире жанрах, например, в радиодосье, радиоочерке, радиоконпозиции. В 2017 г. на радиостанции «Вести ФМ» выходила передача «Разговорчики» журналиста и блогера М. Кононенко (в Интернете известного как Mr. Parker). «Разговорчики» выполнены в жанре радиодосье, представляют собой «фантазии» Кононенко на тему политической реальности в России. 23 октября 2017 г. в радиозфере прозвучал радиодосье Максима Кононенко «Ревизор-2018» на тему выдвижения К. Собчак в качестве кандидата в президенты Российской Федерации в 2018 г.

Личность автора прослеживается в выборе средств создания комического эффекта в сатирических жанрах. Указанный радиодосье представляет собой высмеивание ряда явлений общественно-политической жизни России через пародирование прецедентных художественных текстов. Пьеса «Ревизор» Н. В. Гоголя выступает основным прецедентным текстом в радиодосье. Об этом свидетельствуют: заголовок выпуска передачи «Разговорчики» на сайте радио «Вести ФМ» — «Ревизор-2018», форма предъявления текста (пародия на пьесу), стилизация языка радиопроизведения под особенности речи XIX века (обращение «господа», использование устаревших выражений — «Вот не было заботы, так подай!»), зачин радиодосье почти полностью повторяет стилистику пьесы Н. В. Гоголя.

Радиофельетон «Ревизор-2018» на радиостанции «Вести ФМ»

«Я пригласил вас, господа,— сказал самый старший из собравшихся, лидер одной из политических партий,— с тем, чтобы сообщить вам пренеприятное известие: к нам едет Ксения Собчак».

«Как Ксения Собчак?» — спросил один из журналистов.

«Как Ксения Собчак?» — спросил один из политологов.

«Ксения Собчак собственной персоной,— подтвердил лидер другой из политических партий,— и она баллотируется в президенты».

«Вот не было заботы, так подай!» — воскликнул кто-то из губернаторов.

«Господи Боже! — возопил кто-то из председателей комитетов,— еще и баллотируется в президенты!»

Н. В. Гоголь, пьеса «Ревизор»

Городничий: Я пригласил вас, господа, с тем, чтобы сообщить вам пренеприятное известие: к нам едет ревизор.

Аммос Федорович: Как ревизор?

Артемий Филиппович: Как ревизор?

Городничий: Ревизор из Петербурга, инкогнито. И еще с секретным предписанием.

Аммос Федорович: Вот те на!

Артемий Филиппович: Вот не было заботы, так подай!

Лука Лукич: Господи боже! еще и с секретным предписанием! [6, с. 112]

М. Кононенко комически обыгрывает факты биографии своих героев, творчески имитирует их индивидуальную манеру поведения, стиль и стереотипы речи. Например, согласно сюжету радиофельетона, Собчак, заходя в один из «тайных кабинетов», произносит: «Я Ксения Собчак, и мне есть что терять». С аналогичной в смысловом отношении фразы «Меня зовут Ксения Собчак, и мне есть что терять. Но я здесь!» К. Собчак начала свое выступление на митинге оппозиции, протестующей против результатов выборов в Государственную думу 4 декабря 2011 г.

С целью создания комического эффекта и для акцентирования внимания слушателей на том, что Собчак далека от политики, автор использует ироничный сюжетный поворот (Собчак выбрасывает в урну свои документы, решив, что предвыборная программа ей не нужна) и элементы преднамеренной фонетической игры: кандидат в президенты забывает фамилию российского экономиста А. Мовчана: «Экономист Морчан... То есть Овчан!» Поводом для языковой фонетической игры стал достоверный факт из биографии К. Собчак: в эфире телепередачи «Собчак живьем» 9 июня 2017 г. ведущая несколько раз неправильно назвала фамилию экономиста.

Персонализация в публицистическом радиовещании проявляется и в речевом поведении журналистов в общении с аудиторией и гостями программ, например с помощью использования контактоустанавливающих действий. К таким действиям относятся: обращение, приветствие, комплимент, прощание. Выбор вариантов речевых действий может демонстрировать авторскую индивидуальность (например, особая манера здороваться или прощаться).

Характерной особенностью ведущей программы «Полный Альбац» на «Эхе Москвы» является ее эфирная манера общения с гостями передач. Е. Альбац обращается к давно знакомым ей экспертам на «ты» и по имени, при этом к своим оппонентам или малознакомым гостям, присутствующим в той же студии, предпочитает обращаться по имени-отчеству.

Особой может быть и форма обращения ведущих программ к радиослушателям. Например, журналист Д. Быков в программе «Один» на радио «Эхо Москвы» регулярно употребляет по отношению к аудитории обращение «дорогие друзья». «Друзьями» называет слушателей и А. Стреляный (программа «Ваши письма» на радиостанции «Радио «Свободная Европа» / Радио «Свобода»). Автор радиоочерков в программе «Азбука путешествий» на «Детском радио» называет слушателей «маленькими путешественниками», «ребятами» — в силу специфики радиостанции (основной аудиторией, на которую рассчитана передача, являются дети и подростки). Другие авторы могут предпочитать избегать прямых обращений к аудитории, ограничиваясь приветственными конструкциями: «Добрый день», «добрый вечер», «здравствуйте» (Е. Альбац, передача «Полный Альбац») или же вовсе не здороваться и не прощаться, что чаще встречается в радиокомментариях, радиофельетонах, чем в дискуссионных передачах (например, А. Орех в передаче «Реплика Ореха»; М. Кононенко в программе «Разговорчики»).

Контактоустанавливающие речевые действия служат для установления и поддержания контакта с аудиторией, создания доверительной обстановки общения, преодоления дистанции, настраивают аудиторию на дальнейший контакт. Для радиовещания начала XXI в. уважительное общение с аудиторией наиболее важно, в связи с высокой популярностью звонков в эфир. Для ситуации телефонного общения характерно отсутствие визуального контакта с партнером по разговору, в связи с этим увеличивается нагрузка на устно-речевые средства взаимодействия собеседников [7, с. 169]. Выбор того или иного способа контактоустановления в телефонном разговоре может иллюстрировать отношение автора к своей аудитории.

Высоким уровнем культуры и этичности отличается манера телефонного общения со слушателями Т. Трубачевой, автора и ведущей вечернего радиоканала «Пулковский меридиан» на «Радио России — Санкт-Петербург». Она всегда здоровается со зво-

нящим в эфир, просит его представиться, а затем обращается к нему по имени или по имени-отчеству (в зависимости от того, как предпочитает себя позиционировать радиослушатель), благодарит за звонок, в ряде случаев использует при обращении к звонящим прилагательные «уважаемый», «дорогой», «родной». Это позволяет говорить о внимательном, неравнодушном отношении ведущей программы к слушателям, их проблемам и мнениям, заинтересованности в дальнейших контактах с ними.

Однако в некоторых случаях контактоустанавливающие средства становятся контакторазрывающими, т.е. выполняющими дисфункцию контактоустановления. Ведущие могут пренебрегать не только речевой формулой благодарности слушателя за его звонок, но и такими ритуальными речевыми действиями, как приветствие и прощание, служащими цели проявления уважения к собеседнику и особенно важными именно в ситуации телефонного разговора. Происходит своего рода гиперперсонализация, когда личность ведущего, его известность и узнаваемость словно бы затмевают собой необходимость соблюдения им этикетных формул, звонящие в эфир становятся только материалом для ведения программы, создают иллюзию ее востребованности. Вместе с этим в деловом телефонном общении важное место занимает коммуникативная установка, т.е. способность расположить собеседника к дальнейшим деловым контактам [7, с. 170]. Использование не слишком хронологически затратных этикетных речевых формул приветствия и прощания способно оказать благоприятное воздействие на собеседника, расположить его к ведущему и настроить на дальнейший контакт в следующих передачах.

Средством проявления персонализации может также являться прием речевого манипулирования, состоящий в «наклеивании ярлыков». Этот прием представляет собой использование слов с негативной коннотацией для создания дискредитирующего образа группы, личности или идеи. Как правило, прием «наклеивания ярлыков» представляет собой использование не объективных, но субъективных, оценочных, часто поверхностных, в большинстве случаев крайне отрицательных суждений об объекте высказывания. Ярлыки — это элемент идеологической борьбы [8; 9; 10]. Их опасность заключается, во-первых, в предельной субъективности, во-вторых, в том, что ярлыки, тиражируемые СМИ, становятся привычными для аудитории, входят в ее активный словарный запас.

Ярлыки отражают персональное отношение автора к различным явлениям действительности, в част-

ности к политическим: «И своими галочками, крестиками и ноликами создали вожаемую явку к урнам российских выборов» («Реплика Ореха», 22.02.2018). Журналист А. Орех через отождествление урны для голосования с урной для праха и представление выборов как мертвой политической процедуры передает свое негативное отношение к ним. Выборы для него мертвые, неэффективные.

Персонализация в радиоэфире проявляется и на уровне последовательности предъявления событий, их анализа. Речь идет, во-первых, о том, о каких событиях или проблемах журналист говорит в своей программе в первую очередь, какие события он вычленяет из общей картины дня или недели при подготовке своих программ, а какие темы игнорирует, а во-вторых, о персональном анализе этих событий, выстраивании публицистом логических связей между явлениями.

Таким образом, персонализация как особый способ сущностного отражения событий и построения определенной картины мира через личность играет особую роль в публицистическом радиоэфире в период 2000–2018 гг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ключев Ю. В. Политический массмедиадискурс в России: феномен и концепции (2000-е годы): автореф. дис. ... д-ра. полит. наук / Ю. В. Ключев. — СПб., 2017.
2. Юрков А. А. Заметки о публицистике: книга для начинающего журналиста / А. А. Юрков. — СПб.: Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики, 2011.
3. Шипова Е. В. Персонализация информации на российском телевидении: профессионально-этический аспект: дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Шипова. — СПб., 2006.
4. Васильева Т. В. Курс радиотелевизионной журналистики / Т. В. Васильева, В. Г. Осинский, Г. Н. Петров. — СПб.: Специальная литература, 2004.
5. Халина Е. В. Особенности активной интеракции на современном разговорном радио / Е. В. Халина // Журналистский ежегодник. — 2013. — № 2. — Ч. 2. — С. 18–19.
6. Гоголь Н. В. Женитьба. Ревизор: пьесы / Н. В. Гоголь. — М.: АСТ: Астрель; Владимир: ВКТ, 2010. — С. 112.
7. Русский язык и культура речи / под ред. проф. В. И. Максимова. — М.: Гардарики, 2001.
8. Копнина Г. А. Речевое манипулирование / Г. А. Копнина. — М.: ФЛИНТА, 2007.
9. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. — М.: Наука, 2003.
10. Стриженко А. А. Язык и идеологическая борьба / А. А. Стриженко. — Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1988.

Санкт-Петербургский государственный университет
Зубко Д. В., аспирант
E-mail: prostdasha@yandex.ru

Saint Petersburg State University
Zubko D. V., Postgraduate Student
E-mail: prostdasha@yandex.ru

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ ВО ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ ЗАПАДА И СТРАН ПЕРСИДСКОГО ЗАЛИВА В 70–80-Х ГГ. XX В.

Б. Г. Койбаев

Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова

Поступила в редакцию 20 июня 2018 г.

Аннотация: статья посвящена анализу роли средств массовой информации и коммуникации во взаимоотношениях западных стран и государств Персидского залива в 70–80-х гг. XX в. В работе определяется место информационного фактора в политике стран Запада в регионе Персидского залива и дается анализ медиасистемы стран региона.

Ключевые слова: средства массовой информации и коммуникации, страны Запада, страны Персидского залива, информационная политика, технические средства приема информации, информационные технологии, журналистика.

Abstract: the article is devoted to the analysis of the role of mass media and communication in the relations between the Western countries and the Gulf States in the 70–80s of the twentieth century. The paper determines the place of the information factor in the policy of the Western countries in the Persian Gulf region and analyzes the media system of the region.

Keywords: media and communications, Western countries, Gulf countries, information policy, technical means of receiving information, information technologies, journalism.

Бурный научно-технический прогресс в сфере коммуникаций во второй половине XX в. создал качественно новую ситуацию, когда объектом информации впервые стало большинство населения во всех странах мира. Информация проникла во все сферы общественной жизни человека, получение информации стало органической потребностью. По мнению ряда журналистов и политологов, система средств массовой информации и коммуникаций может превратиться в «катализатор развития стадий экономического роста и привести к экономическим и социальным изменениям, создавая возможности для стремительного перехода от традиционного общества к современному» [1].

К середине 70-х годов для стран Запада стало очевидным, что без изменения форм и методов воздействия на происходящие в развивающихся странах экономические, социальные и внутривнутриполитические процессы, без постепенного и планомерного проникновения в их социокультурную и идеологическую среду, без привлечения на свою сторону правящей элиты, шейхов племен, лидеров политических и религиозных группировок, без обработки массового сознания населения корпорации Запада не смогут с успехом функционировать в этих государствах.

Наиболее ярко это проявилось в зоне Персидского залива, где вторая половина XX века ознаменовалась столкновением интересов ведущих капиталистических держав мира, нуждающихся в поставках нефти

и газа. В самих же странах региона происходили существенные изменения, связанные с усилением национально-освободительного движения, приведшие к получению арабийскими странами политической независимости. Сложившаяся в регионе ситуация повлияла на структуру, стратегию и форму политического и экономического проникновения Запада в страны региона и вместе с тем способствовала активизации новой формы воздействия — информационной.

Важным фактором в области культурно-идеологического воздействия в 80-е годы стало развитие в самих монархиях Персидского залива средств массовой информации и коммуникации.

Страны Персидского залива осуществляли крупные закупки в Западной Европе, США и Японии технических средств приема информации. К середине 80-х годов суммы, затрачиваемые арабийскими странами на приобретение теле-, радио- и видеоаппаратуры, увеличились почти в два раза по сравнению с 70-ми годами, а затраты на приобретение вычислительной техники увеличились в десятки раз. Так, в Кувейте закупка цветных телевизоров в 1979 г. обошлась в 9,3 млн. кув. дин., в 1981 г. Кувейт осуществил закупки на сумму в 13,2 млн. кув. дин., в 1983 г. эта сумма уже составила 16,7 млн. кув. дин. В 1979 г. Кувейт импортировал радиотехники на сумму 8,5 млн. кув. дин., в 1982 г. — 9,7 млн. кув. дин., а в 1983 г. она составила 11,7 млн. кув. дин. Популярность и быстрое распространение видеотехники в Кувейте отражает динамика затраченных на ее приобретение средств: в 1979 г. приобретение видеотехники обошлось Кувей-

ту в 7,3 млн. кув. дин., в 1981 г. — 16,8 млн., а в 1983 г. — 19,2 млн. кув. дин. [2, с. 229].

Высок уровень информационной обеспеченности населения и в соседнем Бахрейне. В стране, где насчитывалось 272 тыс. местных жителей, выходили в свет две ежедневные газеты, 18 еженедельников и журналов, действовали две телевизионные программы (на арабском и английском языках). Бахрейн является как бы информационным центром стран Персидского залива. Здесь были созданы Агентство новостей Персидского залива (ГАНА) — общий информационный орган всех стран — членов Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива, справочно-информационный центр, центр по подготовке кадров и повышению квалификации работников радио и телевидения. В Бахрейне находится самый мощный среди стран Персидского залива центр космической связи, передающий информацию через два арабских спутника связи [3, с. 112].

Западные фирмы принимали активное участие в поставках видеотехники, строительстве радио- и телецентров, просмотровых залов, оснащали их последними образцами технических новинок. При этом не забывали и об уровне и направленности предлагаемых аравийскому населению радио- и телепередач, об их социальном и психологическом воздействии на массовое сознание. Это нашло отражение в официальных межправительственных соглашениях в области культуры. Они предусматривали поставку и обслуживание аудиовизуального оборудования, а также «обмен» радио- и телепередачами, видеокассетами, пластинками, документальными фильмами, которые можно было отнести к разряду рекламных фильмов, пропагандирующих достижения западного мира в области науки, техники и т.д.

Говоря о поставках в арабские страны Персидского залива различной теле-, радио- и видеоаппаратуры, необходимо подчеркнуть, что, хотя сама эта аппаратура и имела определенное воздействие на сферы культуры и идеологии, как, впрочем, и любой предмет или товар, главным ее назначением, безусловно, являлись прием и распространение информации, которая, несомненно, имело значительно большее воздействие на изменение социокультурной среды. И если в области осуществления технических поставок в страны региона Япония занимала ведущее место, то в сфере передачи информации, распространения теле-, радио- и видеопрограмм Западная Европа и США имели значительный приоритет по сравнению с Японией.

Производство СМИ, поставляемая из развитых стран, была призвана создавать образы, воспитывающие в массовом сознании черты, присущие западному миру — прагматизм и потребительство. Мысль, постоянно вводимая в сознание населения нефтедобывающих аравийских стран посредством СМИ, призвала подражать евро-американскому образу жизни,

что было достижимо только за счет приобретения товаров, которые на Западе считались наиболее престижными. Эту мысль подтверждали и некоторые западные журналисты и политологи, которые отмечали, что «в развивающиеся страны поступает целенаправленная дезинформация средств массовой коммуникации Запада, которые гипертрофируют одни факты действительности, игнорируя другие. “Третий мир” видится лишь сквозь призму перспектив чуждых западных ценностей» [4, с. 442].

Таким образом, страны Персидского залива являлись не столько производителями и распространителями информации, сколько ее потребителями, в то время как в США, странах Западной Европы и Японии информация и информационная технология стали одним из главных товарных продуктов экономики. В США и странах Западной Европы уже были созданы интегрированные сети связи, которые в состоянии передавать и принимать все виды видеозвуковой информации. Наиболее важным показателем уровня информационного развития являлось наличие в стране общедоступных компьютеризированных баз данных, которых в США, например, в рассматриваемый период насчитывалось более трех тысяч. Нефтедобывающие аравийские страны практически не имели своих банков данных. Они вынуждены были подключаться к иностранным источникам информации.

Достижения Запада в области накопления, хранения и распространения информации широко и умело использовались. Прежние открытые формы воздействия и давления в области экономики и политики перестали давать желаемые результаты. Именно это и побудило политические круги Запада разработать и применить более тонкие и скрытые методы, которые нашли свое отражение в области информационной политики по отношению к развивающимся странам вообще и к нефтедобывающим государствам Персидского залива в частности.

Существовали различные формы реализации информационной политики развитых капиталистических держав. Принято выделять государственный (официальный) и негосударственный (неофициальный) виды воздействия.

В 1960-е годы стала заметной тенденция перевода ряда правительственных учреждений из ранга «теневых» в ранг официальных государственных органов. Так, в США существовали такие организации, как Управление по вопросам психологической войны и Комитет по вопросам психологической войны. Впоследствии они были переименованы (с расширением материально-технической базы, целей и полномочий) в Управление по координации операций при Совете национальной безопасности и Информационное агентство США (ЮСИА). Американское правительство щедро финансирует подобные учреждения: в 1984 г. агентству ассигновано 642,3 млн. долл., а в 1985 г. — уже 806,2 млн. долл.

В феврале 1983 г. президент США Рейган провозгласил программу демократии и официальной дипломатии, в которой перевел в ранг официальной политической деятельности неофициальные действия Вашингтона по вмешательству во внутренние дела развивающихся государств, в том числе проведение культурно-идеологического воздействия на массовое сознание. В конце 1983 г. он подписал законопроект о создании национального фонда в поддержку демократии, с бюджетом 30 млн. долл. В общей же сложности, по самым различным данным, на оказание культурно-идеологического воздействия правительством США ежегодно выделяется 2–5 млрд. долл., а количество занятых специалистами к середине 80-х годов достигло 200 тыс., при этом 150 тыс. из них — военнослужащие. Таким образом, правительственные круги США перевели закулисные источники сбора, обработки и распространения информации, т.е. одного из мощнейших рычагов воздействия на культуру и идеологию, в разряд официальных правительственных учреждений. Эта акция, по их мнению, должна была снять напряженность и предвзятость по отношению к деятельности Управления и Комитета по вопросам психологической войны, при этом сохранив в неприкосновенности их основные цели и задачи, а также и методы работы [5, с. 55–56].

Не последнее место в осуществлении культурно-информационного воздействия на страны Персидского залива занимали западноевропейские и американские средства массовой информации. В конце 1970-х — начале 1980-х годов в прессе США, государств Западной Европы, а также стран Персидского залива по радио и телевидению неоднократно давались сообщения в виде политических обзоров, комментариев, аналитических данных о нестабильности положения в регионе. Цель этой идеологической кампании состояла в том, чтобы убедить правящие круги стран Персидского залива, что без поддержки со стороны Запада в политической и экономической сферах, без американского военного присутствия региону «угрожает проникновение мирового коммунизма». Это еще раз доказывает справедливость мысли о том, что «средства массовой коммуникации обладают уникальной по своим возможностям властью формирования отношений и навязывания желаемых версий событий, диктуя выбор и элиминируя возможные альтернативы» [6, с. 17].

В 1980-е годы западные державы стали прибегать в отношении к странам Персидского залива к более гибкой тактике, отмеченной принципами «взаимозависимости» и «партнерства». Новая политика в об-

ласти информационного воздействия была призвана «привить» арабским странам модель современного западного общества, что привело в итоге к возрастанию нестабильности, усилению напряженности, невозможности разрешить старые социально-экономические проблемы и к появлению новых социальных конфликтов. Одновременно с этим начали появляться противоречия между странами региона, их интересами и интересами Запада.

Политика информационного воздействия на арабские государства в рассматриваемый период представляет собой мощный рычаг нажима. Она являлась частью комплексной программы воздействия, целью которой было, во-первых, стремление укрепить позиции развитых капиталистических стран в регионе с тем, чтобы иметь гарантированные поставки нефти по приемлемым для Запада ценам; во-вторых, сохранение важного опорно-стратегического пункта в центре арабского мира; в-третьих, сохранение широкого рынка сбыта, а также осуществление «рециклирования» нефтедолларов в собственную экономику.

В 80-е годы XX в. страны Персидского залива впервые столкнулись с проблемой нехватки средств для завершения уже начатых программ развития. Изменение ситуации в регионе заставило западные страны в значительной степени видоизменить и модернизировать свою политику по сохранению важного источника сырья и одного из крупнейших рынков сбыта собственной продукции. Западные страны активизировали политику информационного воздействия на жителей арабских государств, они стали применять новейшие достижения в области науки и техники, а также в сфере психологического воздействия на массовое сознание через средства массовой информации и коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Schramm W. Mass media and National Development / W. Schramm. — Paris, UNESCO, 1964.
2. Annual Statistical Abstract Ministry of planning. Central Statistical office. 1986. State of Kuwait, 1986. — P. 229.
3. Койбаев Б. Г. Международные организации: информация и безопасность на Ближнем Востоке / Б. Г. Койбаев. — СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2006.
4. Ageew Ault Ph., Emery E. Perspectives on Mass Communications / Ault Ph. Ageew, E. Emery. — N.Y., 1982. — P. 442.
5. Национальный фонд в поддержку демократии — Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/424189> (дата обращения: 24.04.2018).
6. Культурно-информационные проблемы современной идеологической борьбы. — Алма-Ата: Наука КазССР, 1987.

*Северо-Осетинский государственный университет
им. К. Л. Хетагурова*

*Койбаев Б. Г., доктор политических наук, профессор кафедры журналистики
E-mail: koibaevbg@mail.ru*

*North-Ossetian State University after K. L. Khetagurov
Koybaev B. G., Doctor of Political Science, Professor of the
Department of Journalism
E-mail: koibaevbg@mail.ru*

ВИДЕОЛЕКЦИЯ КАК ФОРМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТУДЕНЧЕСКОЙ АУДИТОРИЕЙ

В. В. Колесникова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 января 2019 г.

Аннотация: в данной статье на примере цикла телепрограммы «Игры воображения» рассматриваются вопросы использования мультимедийных форматов и их возможностей для взаимодействия со студенческой аудиторией.

Ключевые слова: мультимедийные форматы, видеолекция, дистанционное обучение, онлайн-обучение, авторская программа, студенческая аудитория.

Abstract: the article deals with the use of multimedia formats and their possibilities for interaction with the student audience on the example of a series of TV «Games of imagination».

Keywords: multimedia formats, video lectures, distance learning, online learning, author's program, student audience.

Помимо традиционных форм обучения, наиболее распространенными форматами в образовательном процессе становятся *видеолекции, вебинары, видео-конференции, подкасты, учебные курсы* и т.д. Популярность мультимедийных форматов объясняется наглядностью, возможностью получения информации в любое удобное время и в любом месте, где имеется доступ к Интернету. В то же время главным недостатком дистанционного обучения можно считать отсутствие прямого контакта с лектором, что порой сказывается на усвояемости материала, восприятии информации, способствует недостаточной мотивации к получению знаний при отсутствии внутренней самодисциплины студентов. Все эти факторы позволяют предположить, что дистанционное обучение у студентов может быть использовано прежде всего как дополнительное к имеющемуся традиционному формату чтения лекций.

Рассмотрим основные отличия мультимедийных дистанционных форматов обучения от традиционных форм.

Видеолекция отличается от академической более кратким изложением информации, редким цитированием, визуализацией значимых фрагментов (таблицами, схемами, фотографиями) и даже музыкальным оформлением материала. Задачей видеолекции является получение дополнительных знаний по теме доступным способом, подготовка к зачету или экзамену, иногда — углубленная информация по определенной теме для самостоятельного изучения предмета. Распространение видеолекции возможно с помощью ссылок, размещенных в группах, рассылок электронной почтой, размещения на Moodle (виртуальная среда для разработки онлайн-курсов).

Учебные курсы представляют собой комплекс полезной информации (часто в игровой форме) со встроенными заданиями и тестами, включающими аудио- и видеoinформацию по теме, 3D-моделирование или виртуальные путешествия. Курсы могут быть разбиты на части, в финале каждой из которых предлагаются вопросы для самопроверки, индивидуальные задания, учебные кейсы. Целью таких заданий является выработка определенных навыков на основе полученных знаний. Интерактивная форма взаимодействия с лектором возможна через вопросно-ответную форму, электронную почту, голосовые сообщения, мессенджеры.

Вебинары предполагают общение с лектором в режиме онлайн и рассчитаны на групповое обучение. Данная форма взаимодействия с аудиторией предполагает интерактивный диалог со слушателями/зрителями и демонстрацию наиболее интересных, наглядных материалов по теме. С этим форматом схожи и видеоконференции.

Подкасты применяются для аудио- и видеообучения, в рамках которого лектор размещает небольшие учебные фрагменты в социальных сетях. Студенты могут обмениваться ими самостоятельно, обсуждать и таким образом получать полезную информацию по теме.

Аудиогид часто используется как подкрепление к визуальному материалу в групповых экскурсиях. Его основной задачей становится более подробное разъяснение лекционного материала о предмете обучения с привязкой к визуальному просмотру.

Проанализируем как пример мультимедийного взаимодействия со студенческой аудиторией цикл программ (видеолекций) профессора, доктора филологических наук Сергея Владимировича Савинкова «Игры воображения».

Название программы «Игры воображения» было выбрано неслучайно. Научная книга, написанная С. В. Савинковым в соавторстве с А. А. Фаустовым, носит похожее название — «Игры воображения. Историческая семантика характера в русской литературе» (2013). Основными задачами данного видеоцикла являются:

- дополнительная информация к имеющимся темам лекционных занятий для студентов;
- привлечение самой широкой аудитории к проблемам русской литературы XIX в.

В 2017–2018 гг. на базе лаборатории учебного телевидения факультета журналистики Воронежского государственного университета были созданы следующие циклы — «Категория готового в русской литературе: к портрету “маленького человека”» (часть 1) [1], «Преображение человека как тема и идея в творчестве Н. В. Гоголя» (часть 2) [2], «Философия свободы в творчестве Ф. М. Достоевского» (часть 3) [3].

Отличительными особенностями данных видеоматериалов стали:

- авторское видение в изложении материала;
- использование реминисценций;
- визуализация и музыкальное оформление ключевых фрагментов.

Видеолекция позволяет студентам не только повторно ознакомиться с уже известной информацией, но и предлагает поразмыслить с повествователем о чем-то новом, ранее не произнесенном в аудитории. Профессор С. В. Савинков в данной программе выступает не только лектором, носителем информации, но и автором сценария, в котором просматривается определенная концепция, имеется драматическая перипетия, скрепляющая повествование, как инструмент ежеминутного взаимодействия с аудиторией.

Мы обнаруживаем черты специфической авторской телепередачи: автор, с одной стороны, ограничен заявленной тематикой, в отличие от телеведущего или блогера, ему важно глубоко разбираться в своей теме. С другой стороны, для привлечения широкой аудитории автор должен обладать определенными навыками ведения беседы (риторические обороты, периодическое обращение с экрана к аудитории, другие приемы и методы интерактивного взаимодействия), самостоятельно подбирать литературный материал, который необходимо адаптировать для зрителей. Личностное начало, индивидуальность, харизма также составляющие успеха любой телепередачи. Все выше перечисленные черты авторской передачи присутствуют в видеолекции С. В. Савинкова «Игры воображения».

Автор стремится удержать внимание студенческой аудитории, часто не подготовленной к такому серьезному разговору, но в то же время способен привлечь и новых зрителей. Аудиторию привлекает неспешная манера разговора, сдержанная эмоциональность в изложении материала, глубина понимания и полнота раскрытия темы. Выводы, сделанные автором, нетривиальны и раскрывают новые грани в исследовании вопросов русской литературы XIX в.

Количество просмотров первой программы, выложенной на официальном канале факультета журналистики Воронежского государственного университета в YouTube, составляет более 900 (по данным на 09.01.2019), что является серьезным подтверждением интереса самой широкой аудитории к проекту.

Следует подчеркнуть, что данный цикл имеет и другие черты авторской передачи: название, оригинальную заставку, регулярное титрование, любопытное музыкальное решение, студийное оформление каждого выпуска, определенный авторский стиль повествования. Продуманная концепция становится прекрасной возможностью для иллюстрации академических лекций. Хронометраж одной передачи составляет от 20 до 30 минут, что укладывается в одну пару лекционного занятия. Преподаватель может включить данный видеоматериал в учебную программу как пример для самостоятельного изучения, есть возможность использовать такие формы занятий при дистанционном обучении студентов, а также для онлайн-обучения.

Таким образом, мы вправе говорить о привлекательности такого рода мультимедийных форматов для студенческой аудитории при обучении самым разным профессиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Савинков С. В. Игры воображения. Ч. 1. Категория готового в русской литературе: к портрету «маленького человека» / С. В. Савинков. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=ofaTY3j8E6M> (дата обращения: 09.01.2019).
2. Савинков С. В. Игры воображения. Ч. 2. Преображение человека как тема и идея в творчестве Н. В. Гоголя / С. В. Савинков. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=uAzhNbHppAw> (дата обращения: 09.01.2019).
3. Савинков С. В. Игры воображения. Ч. 3. Философия свободы в творчестве Ф. М. Достоевского / С. В. Савинков. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=ScuDxqsTMDs> (дата обращения: 09.01.2019).

ПОЛИТЕЙНМЕНТ И ТАБЛОИДИЗАЦИЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЫ

И. С. Кузнецов, В. А. Славина

Московский педагогический государственный университет

Поступила в редакцию 4 сентября 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается процесс таблоидизации качественной прессы как следствие политейнмента в глобальных информационных процессах. Автор приводит ряд основных таблоидных элементов в текстах качественных СМИ. Фреймы в материалах СМИ рассматриваются в качестве инструментов и индикаторов процесса таблоидизации.

Ключевые слова: таблоидизация, политейнмент, массмедиа, СМИ, фрейминг, информационные процессы.

Abstract: this paper is focused on tabloidization in quality press as a consequence of politainment in the global information processing. Author reports on some basic tabloid elements of quality media's texts. Frames in media materials are considered as a tool and an indicator of tabloidization.

Keywords: tabloidization, politainment, mass media, media, framing, information processes.

В условиях активной трансформации современных массмедиа, появления и широкого практического использования новых форматов и форм передачи информации, СМИ традиционного типа также подвергаются ряду изменений. Данная трансформация нередко приводит к общему снижению качества информационных продуктов и подачи новостного контента, уменьшению разнообразия тем и изменения количественного соотношения текста и иллюстраций в пользу последних. Подобный процесс принято называть таблоидизацией издания.

Таблоидизация ведущих мировых качественных СМИ, наблюдаемая в последние годы, на наш взгляд, является частью более масштабной тенденции — политейнмента. Данный процесс характеризуется слиянием политики и шоу-бизнеса, а политические процессы воспринимаются как единство новости, развлечения и рекламы. На наш взгляд, подобный вектор развития современных информационных процессов (как в России, так и за рубежом) не лучшим образом влияет на контент качественных медиа, приводя к существенному снижению уровня материалов [1].

В то же время свойственное политейнменту упрощение форм передачи информации, ставка на броские, скандальные заголовки, неоднозначные темы (преимущественно связанные с рекреативной сферой), а также активное использование мультимедиа и сопровождающих материалов (таких как карикатуры, фотожабы, мемы, рисунки, коллажи и пр.) позволяет расширить целевую аудиторию издания и сделать ставку на массовость, где качество аналитики и информационного контента уступает место увеличению числа просмотров. На сегодняшний день, когда западные исследователи только начинают говорить

о смещении вектора развития медиа в сторону политейнмента, найти в ведущих качественных СМИ конкретный материал ярко выраженного таблоидного характера все еще довольно непросто: в текстах появляются лишь отдельные (однако весьма характерные) признаки низкокачественного контента.

Однако эти отдельные черты таблоидизации, несвойственные изначально данному типу медиа, можно наблюдать во многих англо- и франкоязычных изданиях, что, на наш взгляд, свидетельствует о практическом переходе к политейнменту и является своеобразным тревожным сигналом дальнейшего, едва ли не экспоненциального, снижения уровня качества контента.

Можно выделить несколько черт таблоидного контента, наблюдаемых сегодня в качественных, деловых и бизнес-изданиях. К таким специфическим маркерам относятся фреймы — абстракции, которые формируют или структурируют смысл сообщения. На сегодняшний момент наиболее часто используемыми таблоидными элементами в материалах качественных медиа являются:

1. *Лексика, имеющая определенную окраску и формирующая смысл текста.* Многие материалы качественных новых медиа изобилуют лексическими фреймами, воздействующими на аудиторию и формирующими реакцию и мнение потребителя информации. Так, например, в статье The Guardian «The new special relationship: what does Putin want from Trump?» автор уже с первых строк утверждает, что между Путиным и Трампом «любовь», а имя Владимира Путина заменено на эмоционально окрашенный синоним «бывший агент КГБ, сделавший карьеру на ненависти к Америке» [2]. Говоря о визите Трампа в Москву в 2013 г. автор отмечает, что за миллиардером в номере могла быть установлена слежка. Сказав, что наличие видео, доказывающего

факт слежки за Трампом, не обнаружено, он, однако, пишет, что «ФСБ, вне сомнения, заинтересована в такого рода вещах: в конце концов, это именно то, чем она и занимается».

Другой материал, изобилующий эмоциональной лексикой, был опубликован на сайте французского Le Figaro. Начиная с заголовка («Rencontre avec des enfants soldats en Russie» — «Встреча с детьми-солдатами в России») в материале присутствует множество негативных фреймов [3]. В видео, показывающем работу одного из кадетских корпусов в Москве, как и в коротком сопроводительном тексте, неоднократно говорится о том, что «российских детей обучают убивать», «несмотря на то, что многие из них до сих пор не вышли из детства, государство программирует их, подвергая жестоким испытаниям и трудностям», «они считают западную цивилизацию враждебной и опасной», а «их инструктор говорит им, что они должны либо драться, либо умереть».

2. *Кричащие заголовки, не соответствующие содержанию материала.* Примером могут служить материалы французских изданий Les Echos и Le Figaro. Так текст, описывающий майский саммит-2015 в Риге, озаглавлен «Ca se passe en Europe: l'ombre de Vladimiroutine» («Вот что происходит в Европе: тень Владимира Путина накрыла Европу») [4]. Примечательно, что при этом сам российский лидер на саммите не присутствовал. Второй материал Le Figaro, уже упомянутый выше, изначально носит довольно провокационный характер — «Rencontre avec des enfants soldats en Russie» — «Встреча с детьми-солдатами в России».

3. *Домыслы, художественный вымысел.* Показательно, что в последние годы все больше качественных медиа размещают на своих платформах материалы комиков, юмористов, сатириков, подающиеся как пародия на качественный информационный контент. Так, известен пародийный материал The New Yorker о том, что Владимир Путин якобы согласился спеть на инаугурации Трампа после того, как звезды американской эстрады отказались выступить на мероприятии [5]. Подобная политика медиа чревата тем, что нередко такого рода тексты находятся на тех же страницах, что и качественный аналитический и информационный контент, и аудитория рискует принять сатиру за информационную заметку. Показательны также и случаи, когда художественный вымысел активно используют авторы качественного контента. Так, в материале The Guardian «The new special relationship: what does Putin want from Trump?» автор неоднократно прибегает к вымыслу, утверждая, что в первом телефонном разговоре Путин и Трамп называли друг друга по именам, а также в красках описывая, как 45-й президент США во время своего первого визита в Москву «весной или летом 2017 года» заезжает в Кремль, выпрыгивает из автомобиля и долго терпеливо ждет своего «друга» в богато украшенных кремлевских залах.

4. *Иллюстративный материал (карикатуры, мемы, коллажи и проч.).* Новые качественные медиа в последнее время все чаще прибегают к медиамемам как к иллюстративному материалу для собственных текстов. Примером может служить текст The Telegraph «Michelle Obama's face 'a barometer for most of America's feelings», который целиком посвящен выражению лица бывшей первой леди во время инаугурации 45-го президента США [6]. При этом отмечается, что лицо Мишель Обамы уже стало мемом, олицетворяющим «чувства американского народа». Другой материал французского издания Le monde, озаглавленный как «Pepe the Frog: le même coopté par les suprémacistes aux Etats-Unis» («Лягушонок Пеппе: мем, используемый расистами в Соединенных Штатах»), опубликован от имени редакции издания и полностью посвящен анализу интернет-мема «Лягушонок Пеппе» и его роли в предвыборной кампании Дональда Трампа [7].

5. *Тематика материалов, не соответствующая критериям качественных медиа.* Если не учитывать многочисленные приложения качественных медиа, то и в самих изданиях нередко встречаются тексты, чье содержание трудно назвать информативным. Примером может служить текст французского издания Le Figaro под заголовком «Vladimiroutine: sa fille Ekaterine Tikhonova, danseuse et milliardaire» («Владимир Путин: его дочь Екатерина Тихонова, танцовщица и миллиардер»), посвященный личной жизни младшей дочери российского президента [8]. Автор неоднократно называет Екатерину Тихонову «золотой молодежью» и «современной элитой России», обсуждая ее состояние, скандальные подробности ее личной жизни, а также анонимность, которой старается придерживаться Тихонова. Таблоидный характер опубликованного материала не позволяет причислить его к качественному контенту.

Процесс таблоидизации качественной прессы может, по нашему мнению, характеризоваться также использованием специальных фреймов в материалах СМИ. Термин «фрейм» в самом обобщенном смысле обозначает «устойчивую когнитивную структуру, рамку, ячейку или ментальный образ, содержащий некую информацию», а некоторые исследователи ассоциируют его с понятием контекста в широком смысле. Принято считать, что фреймы в широком смысле являются абстракциями, которые формируют или структурируют смысл сообщения. Применительно к теории журналистики фреймы принято считать алгоритмами отнесения конкретного объекта (в роли которого выступает ситуация, субъект, проблема, событие) к специфической категории объектов с приписыванием ему соответствующих категориальных свойств [9].

В роли фреймов — своеобразных вербальных и невербальных маркеров — в публикациях медиа могут выступать:

Заголовок. Для таблоидных медиа характерны провокационные, «кричащие» заголовки, нередко не соответствующие тексту материала.

Ссылки на источник, также именуемые ссылкой на авторитет. Вводные конструкции в текстах таблоидных медиа, придающие информации вид достоверной. Как правило, это ссылки на неуказанные авторитеты, спикеров, вызывающих доверие у читателей: «большинство инвесторов рекомендуют»; «некоторые аналитики»; «как сообщают европейские эксперты» и проч.

Схемы, фотографии, рисунки, коллажи. Иллюстрации могут не соответствовать общему смыслу статьи, носить откровенно провокационный характер. В изданиях таблоидного типа допустимо использование фотоколлажей, карикатур, шаржей, комиксов и т.д.

Лингвистические метафоры, языковые клише и штампы. Позволяют наделить нейтральный текст необходимой экспрессивной окраской, формируя отношение аудитории к теме материала.

Использование подобных фреймов в материалах качественных СМИ помогают авторам концентрировать внимание аудитории, формируя восприятие новостей. Согласно теории фрейминга, данные элементы могут не только фокусировать внимание аудитории, но и подталкивать к конкретным мыслям и заключениям и даже задавать образ мышления. Широкое использование этих и других типов фреймов в материалах качественных СМИ также может быть результатом таблоидизации и смещения вектора развития издания в сторону массовой прессы, создающей контент более низкого качества.

На сегодняшний момент в мировых качественных СМИ наблюдается процесс таблоидизации изданий, проявляющийся в тех или иных формах в материалах информационного и аналитического характера, а также в выборе тематики текстов. В то же время есть все основания полагать, что таблоидизация качественных медиа, в свою очередь, является лишь частью более глобальной тенденции в мировых информационных процессах и глобальной политики — политеймента, что может кардинально изменить принципы работы медиа и форму их вза-

имодействия с другими СМИ, аудиторией и властью уже в ближайшее время.

ЛИТЕРАТУРА

1. Axelrod E. The Role of Memes in Politics / E. Axelrod. — Режим доступа: <http://www.brownpoliticalreview.org/2016/03/role-memes-politics/> (дата обращения: 04.09.18).
2. Harding L. The new special relationship: what does Putin want from Trump? / L. Harding. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/20/new-special-relationship-what-does-putin-want-from-trump-kgb> (дата обращения: 04.09.18).
3. Rencontre avec des enfants soldats en Russie. — Режим доступа: <http://video.lefigaro.fr/figaro/video/rencontre-avec-des-enfants-soldats-en-russie/5129854795001/> (дата обращения: 04.09.18).
4. Bauer A. Ca se passe en Europe: l'ombre de Vladimir Poutine / A. Bauer. — Режим доступа: http://www.lesechos.fr/22/05/2015/lesechos.fr/02182388572_ca-se-passe-en-europe-l-ombre-de-vladimir-poutine.htm (дата обращения: 04.09.18).
5. Borowitz A. Putin to sing at Trump inauguration / A. Borowitz. — Режим доступа: <http://www.newyorker.com/humor/borowitz-report/putin-to-sing-at-trump-inauguration> (дата обращения: 04.09.18).
6. Graham C. Michelle Obama's face at inauguration 'was a barometer for most of America's feelings' / C. Graham. — Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/news/2017/01/21/michelle-obamas-face-inauguration-barometer-americas-feelings/> (дата обращения: 04.09.18).
7. Pepe the Frog, un mème coopté par les suprémacistes aux Etats-Unis Russie. — Режим доступа: http://www.lemonde.fr/big-browser/article/2016/09/13/pepe-the-frog-le-meme-coopte-par-les-supremacistes-americains_4997135_4832693.html (дата обращения: 04.09.18).
8. Baptiste E. Vladimir Poutine: sa fille Ekaterine Tikhonova, danseuse et milliardaire / E. Baptiste. — Режим доступа: <http://madame.lefigaro.fr/societe/vladimir-poutine-sa-fille-ekaterina-tikhonova-danseuse-et-milliardaire-311016-117565> (дата обращения: 04.09.18).
9. Пономарев Н. Ф. Фрейминг медиаповестки дня и типология медиафреймов / Н. Ф. Пономарев // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — № 3. — Пермь, 2010. — С. 62–67.

Московский педагогический государственный университет

Кузнецов И. С., соискатель ученой степени кандидата наук, кафедра журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования
E-mail: kuznetsov0803@mail.ru

Славина В. А., доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования

E-mail: va.slavina@mpgu.edu

Moscow State Pedagogical University

Kuznetsov I. S., PhD Applicant, Department of Journalism and Media Communication, Institute of Journalism, Communications and Media Education
E-mail: kuznetsov0803@mail.ru

Slavina V. A., Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Journalism and Media Communication, Institute of Journalism, Communications and Media Education

E-mail: va.slavina@mpgu.edu

ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КАК КОМПОНЕНТ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА

П. А. Лекова

Дагестанский государственный университет

Поступила в редакцию 20 сентября 2018 г.

Аннотация: на примере 50 публикаций журналиста Заура Газиева показано использование в них слов и выражений с экспрессивно-оценочным значением, единиц различных функциональных стилей, прецедентных текстов и других средств, формирующих его речевой образ в дагестанском и российском медианпространстве.

Ключевые слова: язык СМИ, языковая личность, речевой портрет, языковые средства выражения оценки, воздействующая функция.

Abstract: represents a careful study of 50 publicistic works of Dagestan journalist Zaur Gaziev. The author analyzes different ways of composing Z. Gaziev's verbal portrait through expressive words and word-combinations, units of different functional styles, precedent texts, syntactic constructions in Russian and Dagestanian mediaspaces.

Keywords: mass media language, linguistic persona, verbal portrait, means of linguistic evaluation, impact function.

Проблема языковой личности — одна из актуальных и перспективных в современной лингвистической науке. Еще В. В. Виноградов, посвятивший ряд работ языку художественной литературы, обращал внимание на проблему индивидуального речетворчества, подчеркивая, что языковая личность — это «вместилище социально-языковых форм и норм коллектива, как фокус скрещения и слияния разных социально-языковых категорий» [1, с. 203]. Концепция языковой личности в аспекте лингводидактики разрабатывалась Г. И. Богиним, который считал, что языковая личность — это «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности исполнять речевые поступки, создавать и принимать произведения речи» [2, с. 12].

Ряд работ Ю. Н. Караулова посвящен исследованию языковой личности как «совокупности способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной; в) определенной целевой направленностью» [3, с. 132]. Лингвисты отмечают бесспорность того факта, что языковая личность проявляется через индивидуально-авторскую картину мира, т.к. в ней сливаются воедино языковая компетенция, творческое самовыражение, общественно-социальное проявление человека, его воспитание, культура, языковой вкус, мировоззренческое поведение и т.д.

Речевой портрет личности, таким образом, может рассматриваться как феномен, отражающий динамику изменений, происходящих в языке, в сфере

коммуникации, культуре, способах мировосприятия и интерпретации действительности.

Научный интерес к журналисту как языковой личности обусловлен как минимум тем, что журналистский текст призван оказывать и оказывает влияние на современную массовую аудиторию, для которой свойственно воспринимать мир через призму медиатекста. Среди исследований, посвященных языковой личности современного журналиста, можно назвать работы М. А. Куроедовой, отметившей, что «в речевом портрете <журналиста> могут быть выявлены практически все стилевые и содержательные параметры» [4, с. 10], И. В. Одарюк, сформулировавшей ряд положений о «связи между выбором того или иного речевого стереотипа и индивидуальностью автора» [5, с. 5].

В контексте нашего исследования особый интерес представляет работа С. А. Свистельниковой, которая обратилась к изучению специфики речевого портрета оппозиционного регионального издания. Обосновывая исследовательский интерес к проблеме, автор формулирует важный тезис: «...для полного понимания структуры современной российской национальной картины мира необходимо учитывать и такие сферы ее проявления», которые находятся на периферии информационных потоков [6, с. 4].

Региональные СМИ действительно формируют важнейшие составляющие российской национальной картины мира. Журналисты — авторы региональных изданий — тесно связаны со своей целевой аудиторией, могут отследить реальное воздействие своих публикаций на адресата. Региональных журналистов, сотрудничающих в так называемых оппозиционных СМИ, отличает активное стремление к творческому

самовыражению, стремление заявить о себе на всех доступных аудитории медиаплатформах.

В данной статье представлены некоторые аспекты лингвистического анализа речи современного дагестанского журналиста Заура Газиева, который является ведущим аналитиком газеты «Свободная республика», известным в Дагестане и за его пределами публицистом, блогером, создателем и ведущим общественно-политических телевизионных программ, автором, имеющим свою постоянную аудиторию.

Научно-исследовательский интерес к этому автору неслучаен: в текстах З. Газиева ярко проявляется основная функция публицистики — воздействующая, кроме того, они являются одним из немногочисленных примеров открытого выражения гражданской позиции по дискуссионным общественно-политическим вопросам. Присутствие в дагестанском медиапространстве такого автора, как Заур Газиев, дает аудитории возможность ощутить включенность в оппозиционный политический дискурс, формирует критическое отношение к действительности, актуализирует аналитическую составляющую восприятия действительности реципиентами.

Цель исследования, проведенного в рамках данной статьи, — выявить и описать различные экспрессивно-оценочные средства, использованные журналистом и отражающие специфику авторской интерпретации реальной действительности и характер взаимодействия субъекта высказывания с адресатами информации.

Анализ названных языковых средств позволит представить один из фрагментов речевого портрета Заура Газиева как журналиста, сотрудничающего с конкретным СМИ. С нашей точки зрения, проведенное исследование актуально в контексте изучения дискурсивных практик российской оппозиционной журналистики, которые не привлекались к систематическому научному анализу.

Материалом для анализа послужило 50 публикаций Заура Газиева за 2015–2017 гг. в русскоязычном еженедельнике «Свободная республика». Это негосударственное СМИ можно назвать оппозиционным по отношению к официальным республиканским СМИ и органам: его материалы изобилуют разнообразными имплицитными и эксплицитными приемами выражения негативного отношения как к федеральным, так и к местным, дагестанским, властным структурам. З. Газиев работает в газете около 12 лет, в названном издании его публикации представлены в основном информационно-аналитическими статьями.

Характерное для журналистского текста чередование стандарта и экспрессии в статьях З. Газиева проявляется на уровне сосуществования на достаточно коротких участках текста (60–70 слов) общеупотребительной, высокой и сниженной лексики: «Еще два месяца назад казалось, что наша страна как неприступная цитадель противостоит любым попыткам изменить хоть что-то внутри нее, 84% ее опрошенного населения

выражало свое обожание верховному главнокомандующему, а федеральные СМИ говорили о том, как у нас все замечательно и как вот-вот чикнутся все враги России. С особым наслаждением говорили о том, как стране безразличны санкции» (СР, № 12, 2017).

Обращает на себя внимание тот факт, что журналист, сталкивая слова, принадлежащие к разным стилям речи, формирует иронические смыслы (*страна как цитадель; обожание главнокомандующему*), демонстрирует включенность в оппозиционный политический дискурс, создавая политический подтекст высказывания.

Использование журналистом слов снижения стиля призвано усилить критический накал публикаций, сократить дистанцию между адресантом и адресатом. Среди индивидуальных авторских приемов актуализации сниженной лексики следует назвать авторские новообразования. Например, глагол «чикнуться» создан на базе двух лексем: «гикнуться» (умереть) и «чикнуть» (убить, прикончить).

Особенностью языковой личности З. Газиева является индивидуально-авторский подход к языку. Это касается в первую очередь лексики: «Не нужно быть для этого каким-то сенсориком, предгрозовое состояние ощущают все» (СР, № 4, 2016); «Думцы мыслят категориями дурного исторического отрезка» (СР, № 14, 2017); «...мне удивительно, как после всех этапов расчеловечивания, через которые проходила наша страна, мы еще не бросаемся друг на друга с ножами и оскорблениями» (СР, № 10, 2017); «Она [Турция] пока в начале этого пути, но со временем стадии погружения в деструктив будут все глубже... Не знаю, кому как, но по мне — это дно, на которое не решаются опуститься даже наши вертикалестроители» (СР, № 11, 2017); «Авторитарные режимы сознательно оболванивают и оскотинивают народ» (СР, № 5, 2017); «За всеми нами через веб-камеры наших персональных устройств начнут ежедневно наблюдать на вполне законных основаниях! Даже у нас, в гиперпорнолицейском государстве, это уже чересчур» (СР, № 14, 2017); «Все кончилось тем, что у телевизоров остались только пенсионеры. А цену этим оркам на федеральных каналах, которые за три копейки скажут все, что им продиктуют...» (СР, № 28, 2017).

Все окказиональные новообразования, как видно из примеров, созданы З. Газиевым по словообразовательным моделям, продуктивным для современного русского языка. Актуализируя эти модели, журналист демонстрирует понимание процессов, происходящих в языке под влиянием экстралингвистических факторов, демонстрирует речевой опыт, языковую интуицию. Интерес к слову и словотворчеству, на наш взгляд, является отражением творческих интенций автора, его коммуникативного потенциала.

Журналист активно использует в своих текстах не только авторские неологизмы как один из приемов усиления экспрессивности текста (3% от общего числа неологизмов), но и слова, закрепившиеся в язы-

ке современной ему действительности. Около 70% неологизмов в публикациях журналиста – это имена существительные, образованные от глаголов безаффиксным способом: *перебор, промах*; существительные, образованные от других слов безаффиксным способом: комментарии — *комменты*, официальные представители — *официалы*, федеральные служащие — *федералы*. Интерес автора к этой разновидности неологизмов можно объяснить стремлением сделать текст более динамичным, а также сигнализировать об авторской картине мира, отражающей различные аспекты действительности, в том числе языковой.

Особую группу неологизмов в статьях Газиева составляют слова, характерные для молодежного жаргона, самым частотным из которых является глагол «хайпить» и его производные: «Не остался в стороне и пресс-секретарь Путина — господин Песков. Ничего путного не сказал, но тренд не упустил и на этой новости *прохайпился* по максимуму» (СР, № 24, 2017).

Глагол «прохайпиться» имеет в данном контексте значение «привлечь к себе внимание», «поднять вокруг себя шумиху». Генетически данный глагол связан с хип-хоп культурой, где использовался как термин, обозначающий PR-акции, нацеленные на продвижение исполнителя или проекта. В настоящее время слово функционирует в молодежной среде, в частности среди участников общения в соцсетях. Следует заметить, что З. Газиев — автор многих медиапроектов и его речевое поведение отражает особую культуру языковой личности, включенной в процессы интернет-коммуникации.

Стремление оказать действенное влияние на аудиторию в текстах З. Газиева проявляется в использовании оценочной лексики. Использование пейоративов в публикациях журналиста регулируется целым рядом факторов, в том числе характеристиками жанра. В информационно-аналитических статьях журналист прибегает к обозначенной лексике чаще, чем в текстах других жанров (комментариях, прогнозах): 10 раз на 2 500 знаков с целью формирования отрицательной оценки состояния экономики, действий властей и т.д.

Необходимо учитывать, что отличительной особенностью идиостиля данного журналиста является установка на контаминацию жанров. В частности, можно утверждать, что аналитические статьи автора, посвященные анализу современного политического процесса, имеют жанровые черты памфлета.

Соединяя структурные и содержательные элементы аналитической статьи и памфлета, автор создает систему оценочных эпитетов, отражающих его отношение к действительности: *чистейший* произвол (СР, № 11, 2015), *распоясавшиеся* правоохранители (СР, № 15, 2016), *горе-работники* (СР, № 5, 2016), *истерики* Зейналова (СР, № 29, 2016), *злобствует* Соловьев (СР, № 31, 2016), *фонтанирует* Киселев (СР, № 31, 2016), *мирный* протест (СР, № 18, 2016), *вооруженный* протест (СР, № 44, 2015), *чудовищная* история

(СР, № 31, 2016), *барские* замашки (СР, № 19, 2015), *хамская вельможная* манера общения (СР, № 41, 2015), *скверные* дороги (СР, № 33, 2015), *ужасное* образование (СР, № 33, 2015), *кошмарная* медицина (СР, № 33, 2015), *шкурные* интересы (СР, № 33, 2015), *темное* большинство (СР, № 27, 2016), *духовный* кризис (СР, № 25, 2016), *махровый* фашизм (СР, № 7, 2017), *космическая* глупость (СР, № 9, 2015) и т.д.

За счет оценочных эпитетов в текстах З. Газиева выявлена высокая степень полемической заостренности, характерная для памфлетики, реализуются конкретные прагматические цели, в частности разоблачение политического оппонента и PR-технологий, не позволяющих реципиенту сформировать объективную картину мира. Когнитивной основой для формирования оценки выступает оппозиция понятий: «реальная действительность» и «залакированная» действительность».

Система оценочных эпитетов в статьях Газиева демонстрирует такую черту мировосприятия автора, как отсутствие установки на нейтральное восприятие действительности, очевидное преобладание отрицательного начала над положительным в авторской картине мира.

Тенденциозность памфлета, установка на общедоступность и эмоциональное восприятие находят свое выражение в метафорике текстов З. Газиева. Особенностью языкового стиля исследуемого автора является использование развернутых метафор: «Государство — это бесчувственная машина, шестеренки которого наворачиваются, перемалывая человеческие судьбы. Гражданское общество нужно для того, чтобы смазывать эти шестеренки, ставить преграды, чтобы туда не попадали люди» (СР, № 12, 2016); «Я болел за Эммануэля Макрона: бессовестно, отчаянно самозабвенно. Безоглядно рубился за него с ватниками и ватниками в клавиатурных войнах на бескрайних полях соцсетей и с гордостью принимал поздравления после 7-го мая. В эти дни я и узкий круг моего общения жили французской тематикой» (СР, № 17, 2017). К такому приему журналист прибегает, как показали наши наблюдения, когда тема глубоко его волнует, эмоции захватывают, он не только передает информацию, описывает факт, но переживает его лично, «пропускает через себя».

В следующих примерах также представлены развернутые метафоры: «Надо сказать, что Дастан Шаршеев не Равшан и Джамшут от спорта. Он имеет высшее юридическое образование и невероятное трудолюбие» (СР, № 9, 2017); «...предгрозовое состояние ощущают все» (СР, № 19, 2016).

Вышеприведенные примеры позволяют сделать вывод о том, что отличительной особенностью идиостиля журналиста является метафорическое развертывание текста. В некоторых случаях весь текст построен на развернутой метафоре: «Окунаясь в его [Теймура Абдуллаева] повествование, я чувствую, как он аккуратно берет меня за руку и ведет по вол-

не своей памяти. Но память при этом — очень ненадежный хранитель. Она меняет события местами, она стирает детали или сгущает краски»; «Не могу знать, какие отношения у российских властей с господином Милоновым, но он стал человеком, бросившим на растерзание общественному мнению кость, которую принялись жадно глотать все» (СР, № 15, 2017).

Кроме развернутых метафор, способствующих организации структуры текста и репрезентации политических смыслов, нами зафиксированы и простые: одноклассные или двучленные (состоящие из одного слова или двух слов): «И чем больше нас убеждают, что все эти блага нам только кажутся и не нужно верить своим глазам, тем меньше сил терпеть это *зазеркалье*» (СР, № 18, 2016); «В наших людей в последнее время просто вдалбливают культ хамства и тупой силы» (СР, № 37, 2016); «В то время советская промышленность производила самостоятельно почти все, что было нужно для жизни. Качество было иногда высоким, иногда это было просто *дерьмо...*» (СР, № 14, 2017); «Сегодня мы — страна-изгой» (СР, № 14, 2017); «*вершина социума*» (СР, № 15, 2017), «*лицемерная показуха*» (СР, № 14, 2017); «*нравственные маяки*» (СР, № 14, 2017).

В материалах Заура Газиева функционируют как метафоры-клише, так и индивидуально-авторские метафоры. К клишированным метафорам («социальная пирамида», «распределение мест у *кормушки*», «информативное поле», «обстановка накалена», «*шквал* негодования») автор прибегает в 70% случаев. Их употребление в текстах различных жанров не дает нам оснований для выводов об индивидуальных характеристиках авторского стиля. Можно говорить о том, что метафоры этой разновидности включаются автором в процесс анализа события или явления, способствуют проведению параллелей, позволяют читателю идентифицировать журналиста как представителя определенной социальной группы, носителя определенного жизненного опыта и т.д. Однако частотность употребления свидетельствует об авторской установке на формирование экспрессивно-эмоционального текста.

Авторские метафоры обычно активно функционируют в художественно-публицистических текстах, однако З. Газиев обращается к ним в основном в текстах информационно-аналитических жанров: «Дагестан — это отдельный *космос*» (СР, № 5, 2016); «Мы живем в каком-то *контексте*» (СР, № 13, 2017); «*Гималаи* самомнения» (СР, № 32, 2016); «Выбор страны — это ее будущее, это ее *карма*» (СР, № 45, 2016); «Сейчас политики, что называется, *поймали тишину*» (СР, № 39, 2016) и т.д. Индивидуально-авторские метафоры свидетельствуют о напряженной работе авторского творческого сознания, о его стремлении выразить собственное видение сложных политических процессов.

К средствам выражения оценочности в текстах Газиева относятся также фразеологические единицы. Чаще всего это разговорные обороты с отрицательной коннотацией: «Война — это закономерный

финал диктатур. И огромное желание *закрыть рот* всем, кто думает и говорит вразрез с генеральной линией...» (СР, № 20, 2017); «Турецкой прессе *заткнули рот*» (СР, № 16, 2017); «В девяностые как с *цепи сорвались* не какие-то иностранцы, а именно *плоть от плоти* советские люди» (СР, № 14, 2016). В одном контексте используются два фразеологизма разных стилей: разговорного и книжного.

Прибегая к приемам трансформации фразеологизмов, автор вступает в языковую игру с читателем. Например, фразеологизм *стоит как вкопанный* характеризует состояние человека, а в текстах Газиева трижды используется выражение «*народ стоит как вкопанный*» (СР, № 17, 2016; № 11, 2016; № 5, 2017). Авторский фразеологизм рождает в воспринимающем сознании дополнительные смыслы, эффект «узнавания/неузнавания», усиливает отрицательную оценку действия, кроме того, отсылает к прецедентному феномену — пушкинской фразе «народ безмолвствует».

Чтобы усилить экспрессию, обновить смысл фразеологизмов, автор не только подвергает их трансформации, но и включает в процессы метафорического развертывания текста: «Мы *сидим на бочке с порохом*. Сейчас бессмысленно искать виноватых — нужно аккуратно встать с этой бочки и осторожно откатить ее подальше. Не нужно *играть со спичками* рядом с воспламеняющимися предметами» (СР, № 10, 2016). Целый текст построен на метафоре, в основу которой положен фразеологизм, причем сема «опасность, исходящая от воспламеняющихся предметов», позволяет привлечь и другое выражение — *играть со спичками*. Так образно З. Газиев не только характеризует процессы, происходящие в нашем обществе, и отношение к ним властей, но и предупреждает о назревающей в обществе взрывоопасной обстановке.

Аналогичную игру мы наблюдаем в следующем тексте: «...*общество больно*. Оно только *выглядит здоровым*. Конечно, можно какое-то время имитировать гражданский диалог, экономический рост... Но в один день появляется тот, кто говорит, что *король голый*. И потом все сыплется, как *карточный домик*» (СР, № 19, 2017).

Приведенные примеры свидетельствуют также о том, что З. Газиев имеет ярко выраженную установку на персонификацию действительности, свойственную современной авторской журналистике. Он представляет власть в системе конкретных медиаобразов. Свою задачу он видит в том, чтобы снизить или разоблачить уже существующие образы и заявить таким образом о своих ценностных ориентирах, оказать воздействие на реципиентов.

Установка на целенаправленное убеждение адресата в справедливости взглядов автора и его отношения к современной идеологии провоцирует журналиста на использование обозначенных выше приемов даже в текстах новостных жанров: «Еще одна новость... — митинг в парке имени 50-летия Октября

в Махачкале... Меня тоже приглашали. Правда, после того как один из организаторов начал объясняться в своей любви к Путину и *костерить* Навально-го, я понял, что там такая каша в голове, что лучше держаться подальше. А позиция его по отношению к главе Дагестана меня окончательно добила» (СР, № 14, 2017). Очевидно, что событийная и оценочная составляющие репрезентируются автором как равновеликие, одинаково значимые для оппозиционного политического дискурса.

Ощущая свою включенность в оппозиционный политический дискурс, автор интерпретирует действительность через систему смысловых оппозиций («народ — население»; «президент — монарх»; «местная власть — федералы»; «образование — свидетельство об образовании»; «культура — массовая культура»; «разделились — раскололись»; «добились — получили»; «воевать — гулять»), что усиливает эмоционально-экспрессивную составляющую его текстов.

Интертекстуальность — одно из важнейших средств актуализации воздействия на реципиента и убеждения его в правильности авторской позиции, в рамках политического оппозиционного дискурса в том числе. Приемы интертекстуальности могут быть отнесены к средствам эмоционального воздействия на адресата. Мы можем говорить о том, что автор, апеллируя к прецедентным феноменам (для З. Газиева это тексты классической русской литературы — 10%; малые фольклорные жанры, в основном дагестанские пословицы — 15%; тексты массовой культуры — 30%; цитаты — 45%), стремится придать афористичность своим высказываниям, более того, возможно утверждать, что он заявляет тенденцию репрезентировать политическое высказывание (оценку, характеристику, прогноз) именно как афоризм: «Единственный способ жить хорошо — сразу уходить оттуда, где плохо» (СР, № 13, 2017); «Лучше меньше, но достойнее» (СР, № 17, 2016); «Его не задержать без вертолета!» (СР, № 1, 2018); «Власть — это больше, чем деньги» (СР, № 1, 2018); «...иногда мы делаем то, что делаем, не потому, что хочется. А потому, что иначе будет еще хуже...» (СР, № 1, 2018); «Война — это закономерный финал диктатур» (СР, № 3, 2017).

Обобщить и оценить сказанное автору помогают пословицы, поговорки: «...никакой коррупции у нас нет. Аргументация его была под стать ему самому: не пойман — не вор» (о министре внутренних дел Дагестана Магомед Абдулрашидове) (СР, № 14, 2015); «Я не фанат Саши Спилберг, но мне ее вдруг стало жалко. Ей нужно было быть максимально политкорректной,

чтобы, как говорится, и волки были сыты, и овцы целы» (СР, № 14, 2017). Обращает на себя внимание автора посредством обращения к интертекстуальным феноменам активизировать желание читателя задаться вполне конкретными вопросами, характерными для политического дискурса. В контексте приведенных примеров они выглядят примерно так: кто из героев публикации «вор», кто «волки», а кто «овцы» и т.д.?

Как видим, приемы интертекстуальной игры с читателем в текстах З. Газиева находятся в тесном взаимодействии, расширяя семантическое поле текстов, способствуя реализации авторской установки не только на воздействие на аудиторию, но и на со-размышление с ней в общей логике, обусловленной единым социально-культурным опытом.

Таким образом, можно говорить о том, что идиостиль журналиста Газиева сформировался в условиях интеграции традиционной журналистики и интернет-журналистики, что обусловило выбор жанровых приоритетов. Газиев — один из представителей так называемой авторской журналистики, активно ищущей новые жанровые формы. Для З. Газиева это информационно-аналитическая статья с элементами памфлета. Этот выбор продиктован, на наш взгляд, включенностью автора в оппозиционный политический дискурс. Как следствие, индивидуальный авторский стиль журналиста отмечен высокой степенью тенденциозности, беспартийности, уверенности в своей правоте, что выразилось в активном использовании эмоционально-экспрессивных способов влияния на аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов В. В. О языке художественной прозы / В. В. Виноградов. — М.: Наука, 1980.
2. Богин Г. И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Г. И. Богин. — М., 1984.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — М.: ЛКИ, УРСС Эдиториал, 1987.
4. Одарюк И. В. Особенности стереотипного речевого поведения журналистов: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. В. Одарюк. — Ростов-на-Дону, 2003.
5. Свистельникова С. А. Речевой портрет оппозиционной газеты: концептосфера, жанры, образные средства: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. А. Свистельникова. — Белгород, 2010.
6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / под ред. проф. Л. И. Скворцова / С. И. Ожегов. — М.: Мир и образование, 2012.

Дагестанский государственный университет
Лекова П. А., кандидат филологических наук, доцент
кафедры русского языка
E-mail: Liekova65@mail.ru

Dagestan State University
Lekova P. A., Candidate of Philology, Associate Professor of
the of Russian Language Department
E-mail: Liekova65@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ЭКРАННОГО ИЗОБРАЖЕНИЯ, ВОЗНИКНОВЕНИЕ ПОДТЕКСТА

А. С. Литовская

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 14 ноября 2018 г.

Аннотация: в статье дан анализ процесса создания и декодирования подтекста, который возникает на разных уровнях восприятия медийного сообщения. Впервые осуществлена попытка обоснования такого явления, как подтекст на телеэкране, формулируются способы его проявления и функции, которые он выполняет.

Ключевые слова: медиавосприятие, телевидение, медиатекст, подтекст.

Annotation: the article provides an analysis of the process of creating and decoding of subtext, it appears at different levels of perception of the media message. For the first time, an attempt was made to substantiate such a phenomenon as subtext on a television screen, and the ways of its manifestation and the functions it performs are formulated.

Keywords: media perception, television, media text, subtext.

Воздействующая сила подтекста была известна человечеству едва ли не с момента зарождения нашей цивилизации. Так, ею охотно пользовались актеры античного театра, которые с помощью невербальных средств коммуникации могли подчас сказать куда больше, чем просто продекламировав текст со сцены. Постепенно само понятие «подтекст» распространилось на процесс интерпретации текста, где скрытый смысл может проявляться на различных уровнях восприятия. Откроем толковые словари и убедимся, что термин «подтекст» поясняют чаще всего как «скрытый смысл текста». Например, в «Новейшем большом толковом словаре русского языка» под редакцией С. А. Кузнецова читаем такое определение необходимого нам термина: «Внутренний, скрытый смысл какого-то текста высказывания» [1, с. 884]. Итак, мы видим, что определение основано на попытке выявить своего рода вторичный пласт информации, содержащийся в тексте и не столь очевидный на первый взгляд, но определенным образом связанный с контекстом. Такой подход к интерпретации подтекста закономерен. Любой текст — это определенный набор знаков. Без знания тех символов, из которых составлен текст, мы не можем понять то, о чем нам хотел сообщить автор. Любой знак — математический, языковой — предполагает определенное значение. Для того, чтобы коммуникация была успешной, адресат и адресант должны иметь одинаковый набор знаков; и в этом смысле подтекст, выражаемый с помощью ассоциаций, намеков, аллегорий, транслируется через заранее известные и адресату, и адресанту коды.

Сегодня процесс формирования подтекста активно развивается в медиасфере. На фоне роста объемов трансляции аудиовизуальной информации возникает устойчивая потребность в более детальном его изучении.

На телевидении процесс зарождения подтекста обеспечивается не только вербальными факторами, но и видеорядом. Как правило, исследователи телевидения при анализе программ уделяют внимание какому-то одному компоненту — либо анализируют текст, либо экранное изображение. Но зритель воспринимает оба эти уровня медиатекста единым потоком. Соединение звучащего текста и изображения чаще всего рождает новый смысл для реципиента. Зачастую этот смысл усложняется за счет воздействия интонации, музыки, шумов или сопровождающей видеоряд графики. Комплексное воздействие всех этих уровней воспринимается аудиторией аудиовизуальных медиа и оказывает на нее существенное влияние. Тем более поразителен тот факт, что комплексных исследований функций, форм проявления и видов подтекста на телевидении нам обнаружить не удалось. В нашем исследовании мы предпримем попытку первичного приближения к пониманию особенностей экранного подтекста.

Для того, чтобы проанализировать специфику восприятия телеинформации и понять, как возникает подтекст, необходимо изучить восприятие как психологический процесс. Задача непростая, если учесть, что его исследованием занимаются различные области наук, изучающих человека.

Любая отрасль знания начинается с определения основных понятий. Так как многие ученые уже достаточно давно занимаются исследованием восприятия как такового, сегодня мы встречаем до-

статочного много самых разнообразных определений термина «восприятие». Например, лингвисты часто толкуют восприятие как «форму чувственного отражения действительности в сознании, способность обнаруживать, принимать, различать и усваивать явления внешнего мира и формировать их образ» [2, с. 676]. В «Большом психологическом словаре» находим такое определение: «Субъективный образ предмета, явления или процесса, непосредственно воздействующего на *анализатор* или систему анализаторов (употребляются также термины «образ восприятия», «перцептивный образ»)» [3, с. 525]. В «Биологическом энциклопедическом словаре» читаем: «Способность живых организмов видеть, слышать, осязать, ощущать вкус и запахи, т.е. детерминированный внешними причинами процесс познания, в котором явления окружающего мира «отражаются» в виде ощущений, образов или словесных символов. Восприятие начинается с рецепторов, обеспечивающих высокую чувствительность к раздражениям определенной модальности, и заканчивается в высших отделах ЦНС (центральной нервной системы. – А. Л.)» [4, с. 670]. В хрестоматии «Психология ощущений и восприятия» под редакцией Ю. Б. Гиппенрейтер в статье Ч. Осгуда «Значение термина *восприятие*», находим такое определение: «Термин *восприятие* относится к набору переменных, которые находятся между сенсорной стимуляцией и осознанием, так как они обнаруживаются в словесном отчете или каким-либо другим способом» [5, с. 114].

Исходя из этих определений, попробуем дать свое. Итак, под термином «восприятие» в данной работе мы будем понимать процесс чувственного отражения действительности с помощью перцептивных систем для формирования определенного образа или побуждения к действию. Восприятие проходит несколько стадий, включающих в себя процессы опознавания, осознания, и, наконец, запоминания. Это дает нам право предположить, что подтекст воздействует на индивидуума на разных уровнях медиа-восприятия, так как реципиент может воспринять информацию, но не декодировать ее. Вполне закономерно предположить, что непонятную информацию он даже не попытается запомнить.

Принято различать два вида восприятия: преднамеренное и непреднамеренное. При непреднамеренном восприятии мы не настроены заранее узнать какую-то информацию. Например, когда мы в общественном транспорте проезжаем мимо рекламного баннера с изображением рекламируемого товара, у нас нет заранее поставленной цели воспринять это рекламное сообщение, и тем не менее выходит, что информация «попала» в наш мозг, и он эту информацию обработал. В данном случае на распознавание и интерпретацию подтекста влияет преимущественно лишь воспринимаемый материал и сопутствующие процессу восприятия внеш-

ние раздражители. **Преднамеренное восприятие**, напротив, с самого начала регулируется задачей — воспринять тот или иной предмет или явление, ознакомиться с ним. Например, поздно вечером, придя с работы, вы включаете определенный телеканал, чтобы посмотреть передачу, которая выходит в эфир в вечерний прайм-тайм. То есть вы заранее знаете, что по определенному каналу в определенное время в ваш мозг поступит информация, и «натренированный» мозг уже готов эту информацию воспринять [6, с. 85]. В таком случае процесс интерпретации подтекста, несомненно, будет детерминирован сложившейся ранее установкой.

Если говорить о восприятии подтекста в аудиовизуальном произведении, то важно понимать, что процесс получения и интерпретации информации происходит в основном посредством двух перцептивных систем: зрительной и слуховой. И подтекст рождается на сочетании двух симультанных потоков информации.

О том, что подтекст играет важную роль в системе массовой коммуникации, свидетельствует сам факт его актуализации в различных исторических условиях. Вспомним, например, историю ораторского искусства Древнего мира. Софисты умело использовали различные манипулятивные приемы, имплицитные смыслы в речах для того, чтобы доказать собственную точку зрения. Неважно, истинна она была или ошибочна. Учитывая успех Цицерона, Лисия, Овидия и др., на литературном наследии которых мы учимся до сих пор, можно предположить, что уже в те далекие времена была открыта сила подтекста, которая затем «переkochевала» в Средние века. В то время авторы передавали имплицитные смыслы своих сообщений аллегорически. Вспомним, к примеру, трактат Сальвиана Марсельского «Об управлении божьем», «Утопию» Томаса Мора и т.д. Мотив противопоставления «ада — рая», применительно к повседневной жизни средневекового человека, давал богатую пищу для размышлений об устройстве тогдашнего государства и общества.

Или, например, вспомним советское время. Достаточно жесткая цензура актуализировала подтекст едва ли не во всех типах СМИ. Проанализировав разные типы телепрограмм, выходивших в период с 1961 по 1985 гг., мы пришли к выводу о том, что подтекст проявлял себя в них по-разному. Например, в музыкально-юмористических передачах он проявлялся в форме иронии, часто — на вербальном уровне, а в новостных и общественно-политических программах — в форме намеков, нередко рождаемых сочетанием вербального и визуального ряда. Примером последней формы работы с подтекстом может служить один из выпусков программы «Международная панорама», которая во времена СССР обладала достаточно высоким рейтингом. Здесь мы видим, как журналисты настолько умело выстраивают аудио-

и видеоряд, что поневоле получается разительный контраст между социалистическим СССР и капиталистическим Западом.

Во времена перестройки в нашей стране была провозглашена политика гласности, согласно которой каждый мог свободно излагать свои мысли, не боясь каких-либо преследований со стороны власти. С помощью СМИ правительство пыталось сформировать новый тип мышления. На советском телеэкране появились новые программы («Взгляд», «600 секунд» и т.д.), В. Познер и Т. Веденеева провели первый «телемост» между Москвой и Лос-Анжелесом. Что касается подтекста, то он стал проявляться куда заметнее, чем в советские годы. Его функцией стало, прежде всего, формирование ощущения «комьюнити», принадлежности к одной группе.

Проанализируем, например, один из выпусков программы «Взгляд», вышедшей в эфир 9 октября 1987 г. Основным способом выражения подтекста здесь может служить стеб, риторические вопросы, открытое обсуждение важнейших тем мировой политики и общественного строя. Передача начинается с того, что один из ведущих предлагает зрителям сверить часы, так как многие не верят, что передача идет в прямом эфире. Владислав Листьев сообщает о том, что ведущие получили много писем о первой передаче, но философски отмечает, что им есть над чем работать, поэтому они будут продолжать. Далее становится понятно, что так удивило советских телезрителей. Первой новостью становится обсуждение гастролей популярной немецкой группы Modern Talking на территории Советского Союза. В одном из интервью солист группы Т. Андерс заявил, что «разочарован действиями московской публики, которая не продемонстрировала того «сумасшествия», к которому он привык «дома». Затем идет отрывок выступления популярного певца С. Минаева, в котором последний танцует в женском платье, пародируя песню Brother Louie. На записи видна реакция публики — зал переполнен молодыми людьми, которые танцуют и подпевают в такт. То есть дело вовсе не в «холодности» русской публики, а в характере выступления самих музыкантов.

Затем ведущие переключают внимание телезрителей на обсуждение мировой политики. В эфире появляется политический обозреватель В. Цветов, который предваряет свой обзор словами: «Вы меня не пригласили, поскольку я пришел сам, ваша передача вытеснила из эфира мою передачу “Сегодня в мире”...». Затем в довольно откровенной манере ведущие обсуждают выборы японского премьер-министра, преступления подростков в Америке, а также результаты опросов европейцев, согласно которым последние поддерживают новую политику М. Горбачева. При этом гость студии отмечает, что «хорошую пропаганду не сделаешь на плохой политике», что наводит зрителя на мысль о том, что мы идем вер-

ной дорогой, то есть той, которая нравится Западу. «Если Запад так высоко оценивает внешнюю политику Горбачева, значит, она находит отклик в сердцах многих людей по всему миру», — подытоживает он. В этом случае подтекст используется в политическом ключе.

Совершенно по-другому подтекст проявляет себя в программе А. Невзорова «600 секунд»: быстрая смена обсуждаемых тем, противопоставление съёмочных кадров, обрывание мысли на полуслове, черный юмор и откровенный стеб, резкая смена планов, излишний натурализм, шок-контент. Все это создает довольно неприглядный образ «перестройки»: коррупция, кражи, убийства. Тон ведущего – безапелляционный, резкий, отрывистый. Темы, которые он поднимает в программе, всегда остросоциальные, политические. К сожалению, Невзоров не всегда честен со своим зрителем, и с помощью подтекста он умело манипулирует аудиторией. Рассмотрим выпуск программы от 22 февраля 1989 г., в котором Невзоров сначала рассказывает о восьмилетней девочке, тяжело раненной упавшей сосулькой. Затем показывает крупным планом фотографию девочки и спокойно сообщает о смерти ребенка: «Скончалась по вине людей, которые не удосужились выполнить свои прямые обязанности». Следующий сюжет контрастен по отношению к предыдущему. Видеоряд состоит из планов, на которых оператор показывает чиновников. За круглым столом, покрытым бархатом, сидят люди в строгих костюмах, при галстуках, в окружении цветов и телекамер. Голос диктора за кадром серьезным тоном сообщает о том, что «заседание было лишено официоза и прошло в легкой, непринужденной обстановке». Сопоставление этих двух эпизодов невольно рождает вопрос: тем ли заняты чиновники, от которых зависят судьбы людей?

Таким образом, подтекст можно обнаружить на всех этапах становления и развития отечественного телевидения, но его особенности зависят от типа телепередачи, конкретной политической и социокультурной ситуации в стране.

Помимо вышесказанного, подтекст помогает сформировать имидж телеведущего или определенной программы, то есть выступает одним из имиджеформирующих признаков, причем, что поразительно, иногда до конца не осознаваемым самим журналистом или редактором телеканала [7, с. 85]. Мы провели опрос среди жителей Воронежской области с целью выявить ассоциации, которые вызывают у респондентов известные телеведущие. Оказалось, что далеко не у всех героев нашего опроса амплуа совпадают с реакцией аудитории. Наш эксперимент еще продолжается, поэтому мы опишем только те позиции, которые показывают более устойчивые результаты. Итак, наши респонденты (105 человек, жители Воронежа и Воронежской области от 19 до 60 лет) ассоциируют журналиста и ведуще-

го программы «Познер» на Первом канале [8] В. Познера с «интеллигенцией», «умом/интеллектом», «интервью», «светилом/личностью», «лысиной»; Е. Андрееву, ведущую информационной программы «Время» на Первом канале [9], — с «вечной молодостью», «красотой», «серьезностью», «новостями», «профессионализмом». Любопытно, что в недалеком прошлом скандально-эпатажную ведущую реалити-шоу «Дом-2», а ныне оппозиционного политика, ведущую «Собчак живьем» на телеканале «Дождь» [10] и общественного деятеля К. Собчак отечественный телезритель не видит в качестве «народного голоса». Согласно опросу, Собчак прочно ассоциируется с передачей «Дом-2», «скандалом», «амбициями», «хабалкой». Лишь один респондент проассоциировал ее с выборами президента, и два — с телеканалом «Дождь». Во многом это свидетельствует о той силе подтекста, который оказал влияние на формирование имиджа Собчак на телеэкране. Теперь, что бы она ни делала, в каких бы «серьезных» программах ни участвовала, она все равно прочно ассоциируется с весьма низкопробным телепродуктом, скандалами и т.п.

Из всего вышесказанного мы можем сделать следующие выводы:

Подтекст — сложное и многогранное явление на телеэкране, которое практически никем не рефлексруется, обладает мощнейшей силой воздействия, так как проявляется сразу на нескольких этапах медиавосприятия. На телеэкране подтекст выражается двумя компонентами: вербальным и невербальным.

Сочетание аудио- и видеоряда рождает новые формы подтекста, отличающиеся от тех, которые создаются печатным словом. На всех исторических этапах развития общества подтекст выполняет ряд функций, в числе которых можно назвать манипулятивную, смыслопроявляющую, рекреативную, имиджеформирующую. Активизация подтекста в медиапроизведениях, а также его характер зависят от политической и социокультурной ситуации в стране.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новейший большой толковый словарь русского языка. — СПб.: Норинт, М.: «РИПОЛ классик», 2008.
2. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов. — М.: Издательский центр «Азбуковник», 2007.
3. Большой психологический словарь. — М.: АСТ, СПб.: Прайм-Еврознак, 2008.
4. Биологический энциклопедический словарь. — М.: Сов.энциклопедия, 1989.
5. Психология ощущений и восприятия. — М.: ЧеРо, 2002.
6. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. — Воронеж, 2011. — Ч. 2
7. Шестерина А. М. Трансформация аудиовизуального контента в сетевой среде: возможности контекстного подхода / А. М. Шестерина // Знак. Проблемное поле медиаобразования. — Челябинск, 2018. — Вып. 2 (28). — С. 86–87.
8. Первый канал, 2018, 29 января — 19 марта.
9. Первый канал, 2018, 22–25 января.
10. Дождь, 2017, 8, 14, 21 июня.

*Воронежский государственный университет
Литовская А. С., аспирант факультета журналистики
E-mail: ann.litovskaya93@mail.ru*

*Voronezh State University
Litovskaya A. S., Postgraduate Student, Faculty of Journalism
E-mail: ann.litovskaya93@mail.ru*

О НЕРЕШЕННЫХ ВОПРОСАХ И ПЕРСПЕКТИВАХ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

М. Е. Новичихина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 26 октября 2018 г.

Аннотация: работа посвящена проблемам, связанным с функционированием товарного знака, вопросам лингвистической экспертизы товарного знака, а также поиску путей оптимизации этих процедур. В статье обсуждаются некоторые спорные моменты, возникающие в ходе регистрации и экспертизы товарного знака. Формулируются вопросы, требующие ответа, и намечаются пути совершенствования алгоритмов регистрации и экспертизы товарных знаков.

Ключевые слова: товарный знак, лингвистическая экспертиза, фирменное наименование, сходство до степени смешения.

Abstract: the work is devoted to the problems of trademark functioning and trademark linguistic expert examination and the search of ways to improve these procedures. The article discusses some controversial issues arising in the course of registration and linguistic examination. The questions requiring the answer are formulated, and ways of improvement of algorithms of registration and examination of trademarks are outlined.

Keywords: trademark, linguistic expert examination, firm name, confusing similarity.

Под товарным знаком в соответствии с действующим законодательством понимается обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей [1].

В настоящее время не допускается регистрация обозначений (в отношении однородных товаров), сходных до степени смешения с другими товарными знаками, охраняемыми законом. Однако на практике вынести решение о факте сходства знаков до степени смешения в ряде случаев бывает проблематично, что становится вполне закономерным поводом для многочисленных судебных разбирательств и последующих лингвистических экспертиз.

Сразу отметим, что проблема товарного знака интересует представителей самых разных научных направлений — юриспруденции, лингвистики, маркетинга. Особый интерес возникает и у специалистов, занимающихся практической деятельностью — созданием товарного знака и его регистрацией. Однако все они по-разному подходят к решению этой актуальной проблемы. Несомненно, однако, что наиболее успешному решению вопросов, связанных с товарным знаком, будет способствовать лишь объединение усилий представителей различных научных направлений, а также специалистов-практиков.

Таким образом, изначальной целью данной работы явилось, с одной стороны, обобщение разрозненного исследовательского материала, а с другой — комплексный подход к проблеме товарного знака.

Такой подход позволил сформулировать основные нерешенные проблемы, связанные с обсуждаемой

областью исследования, а также наметить перспективы дальнейших работ в области товарных знаков.

В определенной степени представленная статья является логическим продолжением и дополнением нашей предыдущей публикации в «Вестнике ВГУ» [3] и представляет собой сжатое изложение дискуссионных вопросов «жизни» товарного знака.

Итак, на сегодняшний день основными нерешенными проблемами, связанными с товарным знаком, являются, по нашему мнению, следующие.

1. Остаются до конца неизученными условия, при которых словесный товарный знак, являясь фантазийным обозначением, может тем не менее обладать высокой степенью информативности. Вопрос — за счет каких факторов достигается необходимый результат — до сих пор исчерпывающего ответа так и не получил.

2. На сегодняшний день защита некоторых видов обозначений до сих пор не обеспечена; в частности, со стороны Закона о СМИ нельзя назвать сильной защиту медианазвания. Практика же неперенной регистрации медианазвания в качестве товарного знака на данный момент так и не сложилась.

3. И в нашей стране, и в целом в мире до сих пор не решен вопрос о защите национальных товарных знаков в ситуации политических изменений, в частности изменений границ того или иного государства; практика же неперенной международной регистрации товарного знака не сформировалась.

4. До конца остаются неисследованными пути и способы, препятствующие переходу товарного знака в категорию знаков, вошедших во всеобщее употребление; интерес же к поиску таких путей воз-

никает не только у исследователей, но и у правообладателей товарных знаков.

5. До сих пор не устранена ситуация, при которой возможно сосуществование на рынке фирменных наименований с одинаковой «назывательной» частью и различающейся организационно-правовой формой, что дезориентирует потенциального потребителя.

6. В процессе формальной экспертизы и регистрации товарных знаков игнорируется база фирменных наименований, что, бесспорно, осложняет жизнь соответствующим товарным знакам и может становиться последствием поводом для судебных разбирательств.

7. До сих пор не разработаны четкие критерии, на основании которых товарный знак может быть признан ложным или вводящим потребителя в заблуждение относительно товара и его изготовителя.

8. В нормативно-правовой базе до сих пор отсутствуют положения, определяющие порядок действий Роспатента в случае судебной отмены его решения об отказе в государственной регистрации товарного знака.

9. Нет четких критериев, позволяющих отнести те или иные товары к категории однородных; однородность/неоднородность некоторых товаров неочевидна. Все это становится фактором, осложняющим подготовительную работу при проведении лингвистической экспертизы товарных знаков.

10. Не регламентировано поведение эксперта-лингвиста в ситуации противоречия результатов, полученных при исследовании звукового, семантического, графического и ассоциативного сходства товарных знаков; фраза «Методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство», а также «Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания» о том, что «все перечисленные признаки могут учитываться как в отдельности, так и в различных сочетаниях» [2], [4] представляется достаточно размытой и неконкретной.

11. До сих пор не определен статус ассоциативного исследования товарных знаков на предмет сходства; это приводит к тому, что ассоциативное исследование при всей своей огромной значимости осуществляется лишь факультативно; все это порождает следующие частные вопросы, связанные с проведением и интерпретацией результатов ассоциативного эксперимента:

- Не до конца ясно, как трактовать результат ассоциативного эксперимента, если сопоставляемые обозначения не вызывают ассоциаций у испытуемых.

- При каком именно количестве отказов в ассоциативном эксперименте правомочно формулировать вывод о нераспознаваемости исследуемой единицы?

- Должно ли влиять на вынесение окончательного заключения об ассоциативном сходстве товарных знаков их смешение/несмешение другими группами потребителей товаров и услуг, отличными от целевой аудитории товарного знака?

- Каков количественный критерий, позволяющий судить об ассоциативном сходстве/несходстве исследуемых обозначений?

12. До сих пор не решен вопрос о необходимости исследования визуального сходства товарных знаков в условиях стандартного графического и цветового решения.

13. Требуется уточнения ответ на вопрос об исследовании звукового сходства товарных знаков, хотя бы один из которых выполнен в латинском шрифте, необходимость анализа соответствующего русского звукового аналога нигде не прописана и поэтому нередко игнорируется.

14. До сих пор является предметом споров вопрос о звуковом сходстве товарных знаков, различающихся единственным (однако ударным) звуком; практика решений Роспатента вступает здесь в явное противоречие с логикой звукового восприятия носителя языка, для которого оказываются дифференцируемыми и становятся абсолютно различимыми в звуковом отношении все лексические единицы, различающиеся ударным звуком.

15. Не до конца ясно, следует ли трактовать противоположность заложенных в исследуемых обозначениях понятий как их сходство.

16. Не решен вопрос о методике сопоставления на предмет сходства до степени смешения (как смыслового, так и звукового) однословных и составных обозначений. Кроме того, непонятно, до какой степени эта методика должна учитывать реально функционирующий в речи вариант составного обозначения и должны ли учитываться результаты универбализации в принципе.

17. Непонятно, каким конкретно образом в процессе экспертизы решать вопрос о семантическом сходстве обозначений, одно из которых представляет собой имя собственное (например, фамилию); насколько правомочно говорить о семантике имени собственного.

18. До сих пор ничем не подтверждена сложившаяся в нашей стране (в отличие от Европы) практика интерпретации словесного элемента как доминирующего в комбинированном обозначении; практика проводимых экспертиз требует обоснованного ответа на вопрос об условиях возможного доминирования той или иной составляющей в поликодовом сообщении, в частности в комбинированном товарном знаке.

19. Не определен статус грамматического исследования товарных знаков на предмет сходства; не очень понятно, насколько правомочно интерпретировать грамматическое сходство/несходство как

фактор, усиливающий (или, соответственно, ослабляющий) вывод эксперта относительно сходства сопоставляемых обозначений.

20. Ни в одном документе не прописывается, каким образом решать вопрос о сходстве/несходстве товарных знаков, если один из них содержит графические элементы (например, арифметические знаки), правомочно ли в процессе экспертизы таких обозначений заменять графический элемент его звуковым аналогом.

21. До сих пор не ясно, насколько правомочно говорить о сходстве некоторых букв и цифр (или других знаков), используемых в исследуемых товарных знаках.

22. До настоящего времени не очень понятно, необходимо ли при расчете коэффициента звукового сходства увеличивать вес первых звуков (бесспорно, значимых для звукового восприятия) и мн. др.

В целом разработка четких критериев, на основании которых можно сформулировать вывод о сходстве (или несходстве) сопоставляемых обозначений позволила бы решить проблему субъективности выводов эксперта, проводящего экспертизу товарного знака, однако на сегодняшний день они так и остаются неразработанными.

Таким образом, перспективы настоящего исследования связаны, с одной стороны, с исследованием

путей и возможностей совершенствования процедуры регистрации товарных знаков разных видов, а с другой стороны — с дальнейшим совершенствованием процедуры лингвистической экспертизы товарного знака.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации». — Режим доступа: www.gk-rf.ru (дата обращения: 14.03.2018).

2. Методические рекомендации по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство (утв. приказом Роспатента от 31.12.2009 № 197 «Об утверждении Методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство»). — Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/prikaz-rospatenta-ot-31122009-n-197-ob/> (дата обращения: 14.03.2018).

3. Новичихина М. Е. О некоторых лингвистических аспектах несовершенства процедур регистрации и экспертизы товарных знаков / М. Е. Новичихина // Вестник ВГУ. — Серия: Филология. Журналистика. — Воронеж, 2018. — № 3. — С. 151–153.

4. Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания (утв. приказом Роспатента от 5 марта 2003 г. № 32, зарег. в Минюсте России 25.03.2003, рег. № 4322. — Москва, 2003).

*Воронежский государственный университет
Новичихина М. Е., доктор филологических наук, профессор
кафедры связей с общественностью
E-mail: novichihiname@mail.ru*

*Voronezh State University
Novichihina M. E., Doctor of Philology, Professor of the Public
Relations Department
E-mail: novichihiname@mail.ru*

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ

М. И. Пивоварова, И. П. Конопелько

Воронежский государственный университет

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 31 июля 2018 г.

Аннотация: *цель данной статьи — показать некоторые особенности рекламного текста во французском языковом сознании. Исследование проводилось на материале современных французских журналов Elle, Marie-Claire, Express, Le Nouvel Observateur, Label France.*

Ключевые слова: *реклама, рекламный текст, Франция, французский язык.*

Abstract: *the article aims at exploring some peculiarities of advertisements in the French linguistic consciousness. The advertisements to be explored come from a number of contemporary French magazines Elle, Marie-Claire, Express, Le Nouvel Observateur, Label France.*

Keywords: *advertising, advertising text, France, the French language.*

С момента своего зарождения реклама во Франции не всегда воспринималась общественностью в качестве позитивного явления. Критика звучала и со стороны рекламодателей, и со стороны общественных институтов и церкви. Первые не могли в полной мере осуществлять свою деятельность, так как существовавшие традиции запрещали выставлять напоказ свою деятельность. Институт религии старался защитить нормы морали, чему, по его мнению, препятствовала рекламная деятельность. Критика рекламы сводилась к следующим моментам:

- зачастую реклама не соответствовала действительности;
- рекламный текст мог ввести в заблуждение;
- одной из задач рекламы было продвижение ценностей общества потребления, что могло привести к деградации нации [1, с. 3].

Даже «отец» печатной рекламы Теофраст Рендо (1585–1643 гг.) был ограничен в размещении коммерческой информации. Французский исследователь Жиль Фейель объясняет это тем, что поддерживаемая королем La Gazette изначально имела более высокие цели и публикация рекламных объявлений не была одной из них. По словам Жили Фейеля, «Его Величество не мог себя скомпрометировать меркантильными амбициями Адресного бюро» [2].

Тем не менее в связи с ростом профессионального мастерства рекламистов современной французской рекламе удалось не только «выжить», но и достичь значительных успехов на мировом рынке.

Сегодня сектор рекламы и коммуникации играет не последнюю роль в национальной экономике

Франции. По мнению В. Т. Клокова, «в 1998 году рынок рекламных услуг составил 8,6% всего национального рынка услуг. В 1999 г. во Франции затраты рекламодателей в области массовой коммуникации составили почти 15 млрд. долларов. В этом совокупном бюджете 37% отводится рекламе в прессе, на телевидении и радио, наружной и кинорекламе. 67% приходится на рекламу в местах продаж, на паблик рилейшнз, на продвижение продаж и другие средства рекламирования» [3, с. 5]. О возросшей роли рекламной деятельности также упоминает Д. Ю. Гулинов, приводя в качестве примера следующие данные: «За последние 15 лет более всего возросли затраты на рекламу в области телекоммуникаций (на 40%), бытовых услуг (на 22%) и системы сбыта (на 20%). Кроме того, следует отметить, что за последние 7 лет состав самых прибыльных в отношении рекламы секторов французской экономики изменился: в продовольственном секторе производители прохладительных напитков вышли за пределы первой десятки, а сфера телекоммуникаций, наоборот, заняла 5-е место, и затраты в этом секторе продолжают расти [4, с. 49]. По мнению В. Ф. Шаркова и А. С. Гостениной, «во Франции реклама составляет не более 0,6% ВВП. Однако это не мешает французским рекламистам занимать ведущие по многим показателям позиции в европейской и мировой рекламе» [5, с. 12].

Для облегчения восприятия рекламного текста и адекватного его понимания необходимо проводить исследование применительно к разным областям языкознания. Одним из наиболее продуктивных методов является анализ компонентного состава рекламы. По мнению А. И. Иванченко и Т. В. Карамышевой, основными компонентами рекламы являются *текстовый, изобразительный и имплицитный соци-*

окультурный компонент. Первый, текстовый, компонент включает три составляющие: слово (чаще имя собственное), фраза (как правило, рекламный лозунг), микротекст (преимущественно описательного характера); второй, *изобразительный*, компонент содержит такие понятия, как фотография, рисунок, серия картинок, коллаж. *Имплицитный* социокультурный компонент представляет собой некий синтез двух предыдущих составляющих, поскольку представляет более глубокий анализ рекламного текста [6, с. 103].

Представим результаты исследования, проведенного на основе текстового компонента рекламных материалов. Нами были проанализированы рекламные тексты современных французских журналов French magazines Elle, Marie-Claire, Express, Le Nouvel Observateur, Label France в период с 2016 г. по настоящее время. В результате нами выделены некоторые особенности рекламного текста, которые являются общими для отобранного нами фактического материала.

Первая особенность — это лаконичность рекламного текста. Отметим, что лаконичность — выражение мыслей в речевой форме, в которой использовано минимальное количество слов. Такие термины, как «сжатость», «краткость изложения» можно считать ближайшими по смыслу синонимами слова. Лаконичность подразумевает блестяще продуманный ответ, способный заменить пространственные речи. Именно

поэтому рекламные сообщения всегда очень кратки, они состоят из 4–10 слов и, следовательно, легко запоминаемы. Например, *Avec Carrefour, je positive* (Carrefour, supermarché).

Основной задачей рекламного текста является его убедительность. Убедить, согласно словарной дефиниции, означает «заставить поверить чему-либо, уверить в чем-либо» [7]. Рекламный текст может хорошо убеждать, так как зачастую именно убедительность преобладает над информативностью. Например, *Tout dire sans un mot* (Lancôme, parfum Poème).

Рекламный текст должен привлекать внимание, то есть быть аттрактивным. Синонимов данному выражению немало. Это — интриговать, отсвечивать, вызывать интерес, возбуждать интерес, быть на виду, обращать на себя внимание, интересовать [7]. Таким образом, каждый из приведенных синонимов может рассматриваться как одна из функций рекламы. Чтобы завладеть вниманием потребителя и склонить его к приобретению данного товара, его необходимо заинтриговать. Например, *Pour que demain ait toujours du goût* (Paysan Breton, beurre).

В рекламном тексте отмечается использование стилистических средств, усиливающих экспрессию и придающих рекламе глубокий смысл. Такие средства призваны максимально воздействовать на покупателя. Нами выделены наиболее часто встречающиеся стилистические средства. Приведем примеры.

Стилистическое средство	Рекламный текст
метафора	Venez vitaminer votre français!
повтор	Ça fait bien ou ça fait mal
противопоставление	Même mouillés ils sont secs!
сравнение	Conforama, le pays où la vie est moins chère!
гипербола	Ucar. Une avance qui n'en finit pas!
риторический вопрос	Et si vous invitiez un Grand Blanc à l'apéritif?

Следующей особенностью рекламного текста является использование фонетических средств, таких

как аллитерация, ассонанс, рифма и ритм.

Приведем примеры.

Фонетическое средство	Рекламный текст
аллитерация	Chic, choc, chouette, dimanche
ассонанс	Chambourcy oh oui!
рифма и ритм	On a toujours besoin de petits pois chez soi

Особое место в построении рекламного текста играет каламбур. Данный термин произошел от французского слова calembour. Это литературный прием, в котором в одном контексте используются разные

значения одного слова или разных слов, сходных по звучанию. В каламбуре находят отражение характерные черты французского народа, такие как чувство юмора и склонность к шутке. Таким обра-

зом, можно утверждать, что реклама отражает национальную специфику представителей французской лингвокультуры. Например, *La couleur, c'est l'Avi* (*L'Avi, peintures*) следует понимать и читать как *La couleur, c'est la vie*.

Для большей мотивации рекламодатели обращаются к фразеологическим единицам, используя пословицы и поговорки. Например, *Qui goûtera, croira* (*Suze, vin*). Данный факт является наиболее интересным, так как в повседневном употреблении пословицы, как правило, используются для каких-то практических, прагматических целей: ими обосновывают свои положения, дают прогнозы, выражают сомнения, упрекают, оправдываются или извиняются в чем-то, утешают кого-то, издеваются или злорадствуют над кем-то, желают, обещают, разрешают, приказывают и запрещают и т.д. Пословица преследует дидактическую цель, то есть призвана поучать. В современной культуре эта роль перешла к рекламному тексту.

Намек на название произведений или известные высказывания также привлекает внимание покупателя. Например, *Le rouge et le soir*, роман Стендаля *Le Rouge et Le Noir* («Красное и черное»). Однако чтобы понять суть такого рекламного текста, необходимо иметь обширный багаж фоновых знаний. Уточним, что фоновые знания (англ. background knowledge) характерны для говорящих на данном языке, они обеспечивают речевое общение, в процессе которого эти знания проявляются в виде смысловых ассоциаций и коннотаций, соблюдения норм речевого поведения носителей языка. Таким образом, в данном случае рекламный текст является продуктом культурного наследия страны.

Очень часто название фирмы, которая представляет продукт, является составной частью слогана и стоит в самом начале для того, чтобы привлечь внимание покупателя, ориентируя его на ассоциации с уже известными приобретенными ранее товарами данной фирмы. Например, *Eau de Cologne Hermès. Le plaisir après le plaisir*.

Одной из важнейших составляющих французского рекламного текста является заголовок, главное в котором — его содержательная часть. Помимо сути материала он должен еще привносить некую интригу, привлекать к себе читательский взгляд. Создание точного, емкого, эффектного и эффективного заголовка — очень сложная творческая задача. Основная функция заголовка — заинтриговать и побудить покупателя к дальнейшему знакомству с рекламным слоганом. Например, *La beauté a sa légende. Qui mieux qu'une femme pouvait révéler la beauté des femmes* (*Simone Pérèle, lingerie*).

Имена собственные известных личностей находят свое отражение во французской рекламе. Например, *Le choix d'Anna Kournikova. L'Omega Speedmaster associe a sa remarquable beauté un exceptionnel patrimoine horloger*. В данном случае срабатывает один

из законов рекламы, а именно закон близости. Потенциальный потребитель, ознакомившись с данным рекламным текстом, почувствует сокращение дистанции и сближение с известными личностями, жизнь которых кажется недостижимой. Особенно это срабатывает в рекламе товаров широкого потребления. Покупатели спешат приобрести этот товар, поскольку его покупают «звезды», а это означает, что качество товара хорошее.

В последнее время французская реклама подвержена влиянию английского языка: *Bye bye monotonie* (*Luminarc*). Глобализация, создание международных организаций в экономической, финансовой, политической и других областях деятельности, использование новых коммуникативных технологий приводит к появлению не только неологизмов, но и ко все большему распространению заимствований. Роль английского языка такова, что огромное количество заимствований происходит именно из этого языка. В современном мире английский язык стал важным международным средством общения. Он используется во всех сферах жизни общества как внутри государства, так и на международной арене. Поэтому не вызывает удивления огромное количество заимствований. Мы считаем, что употребление заимствований придает рекламе новизну, делает ее более современной, отражая тенденции интенсивного заимствования англицизмов французским языком.

Отметим также и гендерный фактор в рекламном тексте. Зачастую в науке термин «гендер» используется как синоним термина «пол», хотя изначально термин «гендер» был введен как дополняющий понятие «пол» и противопоставленный ему. Гендерный признак, в отличие от полового, является социальным, общественным, приобретенным в результате воспитания. На людей оказывает большое влияние культурное бессознательное окружения. Так как гендер — явление социальное, оно претерпевает изменения одновременно с развитием социума и культуры. К примеру, еще в XIX в. считалось, что мужчина обязательно носит короткую прическу и брюки, а женщина — длинные волосы и платье. В настоящее время эти вещи не считаются признаком гендера. Рекламодатели умело используют особенности женской и мужской психологии и речи для привлечения потенциальных покупателей. Так, чтобы привлечь внимание женщины, рекламодатели делают рекламу более привлекательной, яркой и выразительной. Поскольку речь женщины по сравнению с мужчиной более эмоциональна, то и в рекламном тексте много эпитетов, метафор, сравнений, образных слов, междометий. Например, *C'est nouveau, c'est voluptueux, c'est la première mousse solaire* (*Nivea visage*).

Рекламодатели не забывают о том, что женщины в своей речи чаще используют конкретные существительные, например, *C'est peut-être un détail, mais c'est un Chantelle* (*Chantelle, bijouterie*). Иногда для боль-

шей убедительности прибегают к использованию инфинитива, например, *Nourrir et revitaliser les cheveux secs et très secs* (Karité, *shampooing*). Побудительные предложения и разговорный стиль позволяют рекламодателю заинтересовать и расположить к себе женщину-потребителя: *Bronzage, j'optimise!* (Phyto).

Что касается рекламы для мужчин, то рекламодатели стремятся отразить его силу, мужественность. Реклама для мужчин более сдержанна и менее эмоциональна. В ней наблюдается преобладание рациональной оценки, стремление к точности. Например, *Eau d'orange verte, verte avec un grand éclat d'orange* (Hermès Paris).

Таким образом, во французском языковом сознании рекламный текст имеет свои особенности, определяемые целым рядом факторов: социо-культурных, собственно языковых, гендерных, исторических.

ЛИТЕРАТУРА

1. Морозова И. Слагая слоганы / И. Морозова. — М.: Рип-Холдинг, 2003.
2. Feyel G. Presse et publicité en France (XVIIIe et XIXe siècles) / G. Feyel. — Режим доступа: <http://www.cairn.info/>

Воронежский государственный университет

Пивоварова М. И., доцент кафедры связей с общественностью

E-mail: maria-pivovarova@yandex.ru

Воронежский государственный педагогический университет

Конопелько И. П., доцент кафедры французского языка

E-mail: inessazlenko@rambler.ru

article.php?ID_ARTICLE=RHIS_034_0837&DocId=139674&Index=%2Fcairn2Idx%2Fcairn&TypeId=226&BAL=an94Tb1QG&Ymlk&HitCount=24&hits=3ebe+3ebd+3dc6+39ac+3989+2e20+2e1f+2c82+2c81+2c1f+2c1e+2bf8+2bf2+2bf1+299b+299a+1f4a+14c1+d57+a66+a58+867+e2+e1+0&fileext=html (дата обращения: 20.05.2018).

3. Клоков В. Т. Современный взгляд на развитие французской языковой политики. Часть II / В. Т. Клоков // Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика. — 2009. — Т. 9. — № 3.

4. Гулинов Д. Ю. Роль институтов языковой политики в современном регулировании французского языка / Д. Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Междунар. науч. конф. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012.

5. Шарков В. Ф. Современные технологии международной рекламы / В. Ф. Шарков, А. С. Гостенина. — М.: Аргумент, 2008.

6. Иванченко А. И. Реклама как компонент межкультурной коммуникации / А. И. Иванченко, Т. В. Карамышева // Уроки французского языка. — СПб.: КАРО, 2001.

7. Викисловарь. — Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/> (дата обращения: 06.05.2018.)

Voronezh State University

Pivovarova M. I., Associate Professor of Public Relations Chair

E-mail: maria-pivovarova@yandex.ru

Voronezh State Pedagogical University

Konopelko I. P., Associate Professor of French Language Chair

E-mail: inessazlenko@rambler.ru

МЕДИАФАКТ КАК ФОРМА ЗНАНИЯ: ТИПОЛОГИЗАЦИЯ

Н. А. Пром

Волгоградский государственный технический университет

Поступила в редакцию 1 ноября 2018 г.

Аннотация: *ценностная сторона медиафакта, в отличие от факта научного, не обладает абсолютной истинностью. При этом выросла значимость такой ценности, как знание. Проведенный анализ типологий знания, а также фактический материал медиадискурса позволил представить многоаспектную классификацию медиафактов. В основу классификаций положены источник информации, функциональность, жизненная фаза, а также степень его надежности и очевидности.*

Ключевые слова: *медиадискурс, классификация медиафактов, аксиологический признак медиафакта, знание, истина.*

Abstract: *the value side of a media fact, in contrast to the scientific fact, does not possess absolute truth. At the same time, the importance of such value as knowledge has grown. The analysis of knowledge typologies, as well as the actual material of the media discourse, allowed us to present a multidimensional classification of media facts. The classification is based on the source of information, functionality, life phase and the degree of its reliability and obviousness.*

Keywords: *media discourse, classification of media fact, axiological feature of media fact, knowledge, truth.*

Современный медиафакт представляет собой явление сложное и противоречивое. С одной стороны, это факт, который заслуживает безусловного к себе доверия, с другой, аудиторию настораживает высокая вероятность манипулятивного воздействия и невысокая ответственность медиадискурса за предоставляемую информацию. Данное противоречие обуславливает актуальность тщательного изучения медиафакта как концептуального явления в целом и его аксиологических признаков в частности. Так, предлагаемая статья имеет целью рассмотреть аксиологическую сторону медиафакта, степень его истинности и реальную ценность медиафакта как формы представления знания, что позволило построить многоаспектную классификацию медиафактов.

Толковые словари опираются на латинскую этимологию ставшего интернациональным слова «факт» (*factum* — сделанное, свершившееся) [1, с. 730] и указывают его обиходное понимание как истинного, реального события, явления, фрагмента действительности. Н. Д. Арутюнова доказывает, что факт соотносится с действительностью только через значение истинности [2, с. 491]. Ценность истины является сложной философской проблемой, в которую мы не будем углубляться, однако учтем положение о том, что истина бывает абсолютная и относительная [3]. Абсолютная истина — понимание глубинных связей мира, и постигается она мудростью. Относительная истина доступна науке, постигается умом и представляет собой знание, воспроизводящее объективный мир приближенно.

Истина, часто используемая в значении «абсолютной истины» как всеобщая ценность, относится к аксиологической стороне факта вообще и научного факта в частности. Медиафакт в современном мире уже не является носителем абсолютной истины. Его истинность относительна во всех смыслах этого слова: во-первых, как знание в науке, о котором говорилось выше, и, во-вторых, относительна, поскольку допускает зависимость от точки зрения на тот или иной факт.

Когда факт подвергся воздействию медийности, он становится не просто информацией, а формой знания, достоверность которого считается доказанной. Так, медиафакт как знание представляет собой важную ценность постиндустриального общества. В философии ценность знания видят в стремлении к освобождению от зависимостей мира, преодолению собственной чуждости и ограниченности, обретении смыслозначимого существования, контроля над внешней и внутренней природой [2]. Другими словами, знание — это ценность, присущая людям различных культур и социальных слоев, поскольку оно, с одной стороны, способствует росту качества жизни, с другой — содействует взаимодействию человека и окружающего мира. Оно часто ассоциируется с информацией, однако информация является более широким понятием и может быть истинной или ложной. Знание, исключая понятие ложности, тем не менее остается истиной относительной, подверженной интерпретации.

Медиадискурс имеет дело с разными типами знания, каждое из которых, даже самое сомнительное, в силу ценности любого знания, пусть даже в ущерб

рациональности, находит свое место в медиадискурсе. В связи с этим требует уточнения граница между медиафактом и знанием, поскольку из-за размытия понятия «медиафакт» граница между ним стала менее очевидной. В медиадискурсе и факт, и знание являются информацией, поэтому разграничение будет более наглядным при посредничестве понятия «информация», которую мы представим в виде пирамиды, состоящей из основания, центральной части и вершины, где каждый последующий уровень добавляет определенные свойства к предыдущему. Основание пирамиды — шум низко актуальной медиаинформации. Центральная часть включает знание как более или менее важную и достоверную информацию. На вершине находится актуальная информация с высоким эффективным потенциалом, прошедшая через воздействие медийности. Это медиафакты, под которыми мы в широком смысле понимаем медийные социально значимые сообщения с признаками достоверности.

Поскольку знание частично соотносится с медиафактами, основания для типизации знаний и сами классификации представляют особый интерес для нашего исследования. Типы знания разработаны в философии, социологии, информатике [2] и различаются степенью обоснованности. Подробно изучив и переосмыслив существующие классификации знания, мы представляем разноразмерную типологизацию медиафактов.

1. Классификация по источнику информации. Источником информации для возникновения медиафакта являются сферы человеческой деятельности: быт, наука, жизнь общества и др. Медиафактами, которые соответствуют этим сферам, являются следующие:

а) социальные медиафакты включают широкий спектр сообщений о различных областях общественной жизни: спорте, культуре, экономике, политике и т.п. Например, *У россиян появится дополнительный день отпуска «специального назначения». Раз в три года они смогут брать один день за счет работодателя на прохождение диспансеризации. А у людей предпенсионного и пенсионного возраста таких дней будет два. И не раз в три года, а ежегодно* [Российская газета, 04.10.2018]. Это самый востребованный аудиторией тип медиафактов, который занимает значительную часть эфира на телевидении и полос в газетах как печатных, так и электронных;

б) научные медиафакты представляют понимание о структуре предметов и явлений, их существенных взаимосвязях. Они получены посредством научных методов познания и могут быть эмпирическими (на основе опыта или наблюдения) и теоретическими (на основе анализа абстрактных моделей). В средства массовой коммуникации попадают самые интересные и актуальные для аудитории научные факты. Например, *Самое длинное лунное затмение в XXI веке произойдет в ближайшие выходные* [Не-

зависимая газета, 25.07.2018]. Интерес медиа к научным достижениям объясняется их прикладным значением и влиянием на общество в целом и качество жизни отдельного человека, поэтому редкий выпуск новостей на телевидении, номера печатной или электронной газеты, а также ленты новостных агентств обходятся без научных медиафактов;

в) вненаучные медиафакты. Источником данного типа медиафактов являются определенные сообщества, обладающие знанием, в основе которого лежит квазинаука, располагающая собственными формами и методологией. Она обеспечивает медиадискурс фактами, отличающимися от научно-рационалистических. Например, *7 августа Уран делает разворот в ретро. Обычно это сопровождается неожиданными и резкими событиями в экономике* [Гороскоп на август 2018 г.]. Медиафакты подобного рода также являются востребованными на рынке медиауслуг в силу многообразия потребностей аудитории;

г) обыденные медиафакты. Данный тип медиафактов опирается на чувственно воспринимаемые образы, здравый смысл и повседневный опыт, служат для ориентации в окружающем мире и организации практической деятельности. Они, как правило, носят обрывочный, фрагментарный характер, который не позволяет проникнуть в суть вещей. Репрезентацией в этом случае часто бывают цитаты. Например, *Российский цикл известен: летом жарко, зимой холодно, весной реформы, а осенью — кризис* (А. Я. Лившиц) [Коммерсантъ, 26.04.2013].

2. Классификация медиафактов по степени надежности источника. В данном контексте мы должны говорить о непосредственных источниках медиафактов, а не о новостных агентствах, сообщения которых тиражируются в разных изданиях. Здесь имеются в виду надежные источники, такие как официальные документы, базы данных, должностные лица и др.; им противопоставляются анонимные источники, слухи непроверенная информация и т.п.

Назовем данные медиафакты:

а) документальные медиафакты. Это формализованные сведения, сформулированные и обобщенные в базах данных, документах и др. Например, *Распродажи российских бумаг активно шли в четверг и пятницу на минувшей неделе* [Газета.ру, 14.08.2018]. Данный медиафакт легко верифицируется при обращении к официальной информации и сводкам бирж;

б) неявные медиафакты. Скрытые медиафакты отражаются в поступках, опыте применительно к конкретной ситуации, событиям. Например, *США преследуют свои собственные интересы... Своими войнами за ресурсы Соединенные Штаты дестабилизировали Ближний Восток и продолжают делать это в Иране. При этом расплачивается за это в первую очередь Европа... Соединенные Штаты всегда боялись объединения российских ресурсов и немецкой технологии* [РИА Новости, 03.08.2018]. Приве-

денный пример является интерпретацией тех или иных фактов и, очевидно, представляет собой личное мнение автора медиафакта и, возможно, не совпадает с мнением издательства. При этом если в науке даже самое авторитетное мнение остается всего лишь мнением, то в медиадискурсе оно приобретает статус медиафакта.

3. Классификация медиафактов по степени очевидности (А. В. Чусов отмечает, что обычный адресат медиасообщения не отличает медиафакт от знания о нем [4] и в условиях медиадискурса воспринимает объективную информацию равноценной его субъективной интерпретации, чем непременно стараются воспользоваться медиапроизводители, заменяя факт его оценкой либо мнением):

а) очевидные медиафакты. Основываются на чувственных ощущениях. *Красивая набережная. Зеленый газон, цветы, все ухожено и красиво. Отличное место для прогулок и осмотра города* [Tripadvisor, 16.08.2016]. Подобные сообщения воспринимаются аудиторией как неоспоримые, поскольку звучат из уст очевидцев. Данный стереотип эксплуатируется создателями фейковых новостей, когда инсценированные события комментируются его «участниками» с целью введения в заблуждение и получения определенной выгоды. Одним из самых ярких медиафактов подобного типа является постановка химатаки в сирийской Думе: *Dozens Suffocate in Syria as Government Is Accused of Chemical Attack. The attack appeared to break the will of Douma's rebels, who agreed on Sunday to a deal with the government to hand the area over and be bused to another area outside government control in the country's north.* [The New York Times, 2018. Aug, 08.] — *Десятки задыхаются в Сирии, тогда как в химической атаке обвиняется правительство... Нпадение, похоже, должно было сломить дух повстанцев Думы, которые в воскресенье договорились с правительством о том, чтобы передать этот район и отправиться в другой за пределами государственного контроля на севере страны.* В связи с этим возникает необходимость говорить о ненадежности очевидных медиафактов. Тем не менее доверие к ним остается значительным, а электронные ресурсы, содержащие отзывы о тех или иных продуктах потребительского и сервисного рынка, остаются самыми востребованными. Социальные сети стали рассматриваться как реальные источники свидетельских показаний и фактов, на основании которых предъявляются обвинения;

б) неочевидные медиафакты. Данный тип медиафактов требует доказательств, хотя это очевидно не для всех реципиентов. Например, *Следствие полагает, что с 2015 по 2017 гг. Марковкин строил многоквартирный дом в Великом Новгороде на средства дольщиков. Когда он получил от них более 60 млн. руб., то компании распорядились этими средствами по своему усмотрению, и строительство дома не за-*

кончили [РБК, 11.08.2018]. Реальным медиафактом является: *Следствие полагает, что, однако аудитория, как правило, игнорирует вводную конструкцию и воспринимает в качестве медиафакта пока недоказанные эпизоды мошеннической деятельности господина Марковкина.* Это давняя филологическая проблема фактичности раскрылась по-новому в медиадискурсе.

4. Классификация медиафактов в зависимости от их «жизненной фазы» в качестве новости. А. Е. Курилов выделяет четыре этапа генезиса новости: зарождение, детонация, резонанс и переход в память новостного поля [5, с. 397]. Первые три этапа мы рассматриваем новость как активную, далее наступает пассивная фаза.

В данном случае можно рассмотреть следующие медиафакты:

а) активные медиафакты способствуют осуществлению конкретных действий, используются для понимания причин ситуации, принятия решений и их реализации. Активным медиафакт остается от нескольких часов до нескольких суток (в зависимости от своего эффективного потенциала). Например, *На границе России и Украины был сбит Boeing 777. На борту самолета находились 283 пассажира и 15 членов экипажа — все они погибли* [Газета.ру, 17.07.2014]. Данная новость, обладая значительным эффективным потенциалом, была активной довольно длительное время. Этому способствовали масштаб трагедии, ее «своевременность» для заинтересованных кругов и мировой резонанс;

б) пассивные медиафакты хранятся в бэкграунде: системах, книгах, документах, базах данных и могут быть востребованы в случае необходимости. Например, осуждая ракетные удары по сирийской территории в ответ на предполагаемое применение химического оружия в Думе в ночь на 14 апреля 2018 года, *официальный представитель МИД РФ Мария Захарова напомнила о фальсифицированных доказательствах при вторжении США в Ирак в 2003 году. <...> [В этот раз. — Н. П.] согласно заявлениям Вашингтона, решение о начале ударов принималось на основе «СМИ, сообщений о симптомах, видео и фото, а также на (основе. — Ред.) заслуживающей доверия информации»* [Деловой Петербург, 14.04.2018]. Пассивным медиафактом в приведенном сообщении является «бывшая новость» о так называемой «пробирке с химическим оружием Саддама Хусейна», демонстрировавшаяся в Совбезе ООН, ставшая поводом для американских бомбардировок Ирака и, как выяснилось значительно позже, оказавшаяся фальшивой.

5. Функциональная классификация медиафактов (в основе данного разделения лежит содержательный аспект медиафакта, позволяющий удовлетворить информационные запросы потребителей медиапродукции; данная классификация имеет в своей основе пропозициональное деление знаний):

а) декларативные медиафакты содержат представления о чем-либо, его явной структуре: *Договор о Европейском союзе, более известный как Лиссабонский договор, включает в себя и Статью 50, в которой допускается возможность выхода из Евросоюза* [BBC Русская служба, 29.03.2017]. Это факты, которые составляют основу школьной программы, энциклопедические знания, а в сфере средств массовой коммуникации просветительские программы и материалы;

б) ориентационные медиафакты помогают провести диагностику в любой интересующей аудитории сфере (медицина, быт, погода, компьютерные технологии и др.). Они объясняют, как понять то, что происходит. Например, *Насморк, слезотечение, чихание — симптомы ОРЗ* [Здоровье с Еленой Малышевой, 07.10.2018];

в) каузальные медиафакты информируют о причинах явлений, условиях и времени выполнения действия, отношения объекта действий с другими объектами. *«В ходе Игр в Сочи было подменено не менее сотни допинг-проб. Офицеры ФСБ научились вскрывать запечатанные пробы и подменять анализы, без следов запрещенных веществ, таким образом, чтобы пробы сохраняли нетронутый вид», — заявил Родченков* [Спорт-экспресс, 12.05.2016];

г) процедурные медиафакты содержат информацию об осуществлении процесса: средства, пути, порядок выполнения действий. *Покидающая ЕС страна не имеет права участвовать в обсуждениях своего решения другими членами союза* [BBC Русская служба, 29.03.2017]. Особая популярность данного вида знания и абсолютное доверие к такого рода фактам наблюдается в сфере телевизионных программ на медицинскую тему. Например, *Если есть воспаления на лице, то сначала нужно кожу подлечить и только потом выполнять очищающие меди-*

цинские процедуры [Здоровье с Еленой Малышевой, 07.10.2018]. Говоря о современной заинтересованности аудитории в конкретном типе знания и фактах, В. И. Карасик отмечает, что в массовом сознании резко снижается доля достоверного и происходит экспансия ориентационного и процедурного типов знания [6, с. 18].

Таким образом, проведенный анализ типологий знания в философии и логике, а также широкий спектр фактического материала медиадискурса позволил представить многоаспектную классификацию медиафактов. В основу классификаций положены источники информации, степень его надежности и очевидности, а также функциональность и жизненная фаза, что в дальнейшем создаст условия критического изучения медиаматериала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. — М.: Русский язык, 1998.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — М.: Языки русской культуры, 1999.
3. Левин Г. Д. Абсолютное и относительное / Г. Д. Левин // Новая философская энциклопедия. — Режим доступа: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0194de7c48398e265b864994> (дата обращения: 10.04.2018).
4. Чусов А. В. Факт // Энциклопедия. Фонд знаний «Ломоносов». — Режим доступа: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127073: article> (дата обращения: 28.05.2018).
5. Курилов А. Е. Генезис новости в новостном поле / А. Е. Курилов // Преподаватель XXI век: общерос. науч. журн. о мире образования. — 2015. — № 2. — Ч. 2. — С. 391–397.
6. Карасик В. И. Языковая пластика общения: монография / В. И. Карасик. — Волгоград: Парадигма, 2017.

Волгоградский государственный технический университет

Пром Н. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков

E-mail: natalyprom77@mail.ru

Volgograd State Technical University
Prom N. A., Candidate of Philology, Associate Professor,
Foreign Languages Department
E-mail: natalyprom77@mail.ru

ГОРМЕДИА Г. БЕРЕЗНИКИ ПЕРМСКОГО КРАЯ: СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА И ВЗАИМОДОПОЛНЕНИЯ¹

А. В. Пустовалов

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Поступила в редакцию 19 октября 2018 г.

Аннотация: статья обращается к представительствам СМИ г. Березники, а также — к крупнейшим информационно-коммуникативным группам в социальной сети «ВКонтакте» как к единой системе взаимодействующих элементов. Информационные процессы города анализируются в преломлении через призму данной соцсети. Крупнейшие соцсетевые группы рассматриваются как новые городские медиа; оценивается их роль, структура, функции, делается обзор этих площадок по количественно-качественным критериям.

Ключевые слова: новые городские медиа, местные газеты, социальные сети, «ВКонтакте», Березники, Пермский край.

Abstract: the article addresses to media representatives of Berezniki, as well as the largest information and communication groups on the social network VKontakte as a unified system of complementary elements. Information processes of the city are analyzed in the refraction through the prism of this social network. The largest social network groups are considered as new urban media; their role, structure, functions are assessed, an overview of these sites is made by quantitative and qualitative criteria.

Keywords: new urban media, local newspapers, social networks, VKontakte, Berezniki, Perm Krai.

Один из актуальнейших на сегодняшний день вопросов — вопрос трансформации информационного пространства в регионах страны. Если в прошлом безусловными лидерами районов были местные газеты («районки»), то сегодня с ними успешно соперничают группы «ВКонтакте» информационно-коммуникативного характера (типа «Подслушано...», «Мой город...» и пр.) [1, с. 83]. Социальные сети становятся экономичной и удобной площадкой, беря на себя не только функцию дистрибуции, но часто даже и самого производства новостей. Поэтому ключевыми игроками в малых и средних сегментах становятся не только (а зачастую — и не столько) представительства СМИ «ВКонтакте», но и группы, изначально возникшие здесь и использующие эту сеть как свою «природную» площадку, на которой создаются и обсуждаются новости местных общин.

Профессионалы-журналисты высказывают разные, порой диаметрально противоположные, мнения о возможности использования соцсетей для нужд СМИ. Галина Тимченко, бывший главред Lenta.ru и гендиректор Meduza, утверждает: «ВКонтакте» годится вообще для всего — от составления плей-листов музыки... до больших интересных текстов

на разную тематику: от политики до спорта» [2]. И Lenta.ru, и Meduza (и некоторые другие наши издания) дают интересные и хорошие примеры использования соцсетей СМИ. Однако мы вряд ли сегодня найдем много подобных примеров, особенно вдали от столичных информационных потоков. Так, исследователи В. Беленко, Э. Кунгурцев, анализируя новосибирские СМИ, делают вывод: «Несмотря на декларируемую необходимость интеграции своей деятельности с соцсетями, даже в таком крупном городе, как Новосибирск, эта деятельность не привлекает какого-то значительного внимания со стороны редакций СМИ» [3, с. 69]. Достаточно скептического взгляда на использование соцсетей придерживается известный медианалитик В. Гатов [4].

В то время как профессиональные медиа сомневаются или не решаются в полной мере использовать соцсети, рядом с ними появились серьезные соперники — информационно-коммуникационные группы «ВКонтакте», зачастую охватывающие в средних и мелких населенных пунктах страны до половины и более местной аудитории.

В связи с процессами децентрализации новостных потоков иркутский исследователь М. Зеленцов обращается к такому явлению, как городские медиа. По его мнению, они являются неотъемлемым атрибутом современного города; они формируют повестку дня, акцентируют внимание на локальных проблемах, медиатизируют политическую и социальную сферу города, создают единое информационное пространство города (с втягиванием аудитории в общий

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ в рамках проекта № 18-412-590008 р_а «Новые городские медиа в локальном коммуникативном пространстве».

медийный процесс), создают ценностные установки аудитории и формируют локальные городские сообщества [5, с. 266–267]. К городским медиа, кроме профессиональных СМИ, М. Зеленцов относит блогосферу и социальные сети [5, с. 268].

По мнению Т. Симаковой, редактора известного московского городского интернет-издания The Village, высказанного на Пермском молодежном форуме 9 сентября, в маленьких городах тоже есть городские медиа, и нормально, что они могут располагаться в социальных сетях: важнее здесь не платформа, а обращение к соответствующей тематике: вопросам, интересным и важным для города и горожан.

Сам термин «городские (новые) медиа» не является еще устоявшимся в отечественном научном употреблении, и мы пока видим лишь начальные попытки его определения [6]; тем не менее, поскольку его рамки интуитивно понятны, нам кажется интересным, представив крупные информационно-коммуникативные группы «ВКонтакте» как гормедиа, проанализировать городское информационное пространство через призму этой социальной сети. Материалом в данном случае послужили соцсетевые площадки Березников — второго по величине города Пермского края (крупный промышленный центр с населением 145 тыс. человек) [7].

Подчеркнем, что современное состояние информационных процессов в больших, средних и малых городах края изучено мало: по большому счету они только начали исследоваться — в таких аспектах, как структура, функции, роль аудитории региональных медиа [8; 9; 1; 10]. Тем актуальнее такие исследования продолжать и расширять.

Начнем анализ с обращения к представительству «ВКонтакте» четырех крупнейших березниковских газет: «Березниковский рабочий», «Березники вечерние», «Неделя.ру», «Мой город Березники».

С точки зрения успешности использования паблика «ВКонтакте» как площадки для продвижения контента и бренда газеты примерно одинаково выглядят аккаунты трех из них:

«Березниковский рабочий» (создана 1 марта 1918 г.), ежедневная газета с еженедельным приложением «Березниковская неделя» (создана 15 декабря 2005 года), выходящим по средам, тираж 10 400 (ежедневник) и 30 000 (еженедельник), имеет группу в сети «ВКонтакте» (2 008 подписчиков, <https://vk.com/bersmireklama>) и сайт (<http://neperm.ru/>);

«Березники вечерние» (создана 5 ноября 1993 г.), еженедельник, выходит по средам, тираж 23 000, имеет группу в сети «ВКонтакте» (192 подписчика, <https://vk.com/club49577469>) и сайт (<http://www.bv59.ru/>);

«Неделя.ру» (создана 23 декабря 2005 г.), еженедельник, выходит по пятницам, тираж 20 000, имеет группу в сети «ВКонтакте» (1 012 подписчи-

ков, <https://vk.com/nedelyaru>) и сайт (<http://www.nedelyaru.ru/>).

Сходство представительств этих газет в сети «ВКонтакте» в одном: оно малоэффективно. Их группы, как думается, заведены по принципу «чтобы были»: их лента не содержит газетных новостей и не генерирует трафик на сайт, посты имеют мало лайков и еще меньше — комментариев. Здесь обычно мы находим лишь объявления, рекламу, поздравления, конкурсы, развлекательные картинки, мемы — то, чего точно нет в печатной версии газеты и на ее сайте: очевидно, издания боятся таким образом потерять прибыль из-за возможности «бесплатного» просмотра потенциальной аудиторией их журналистских материалов. Количество просмотров в целом довольно скромное для пабликов газет большого города: 30–40 у «БВ», 100–200 у «БР», 50–70 у еженедельника «Неделя.ру». При этом «Березниковский рабочий» и «Неделя.ру» имеют интересные фоторазделы (23 альбома и 764 фотографии — в первом случае и 37 альбомов, включающих 2 262 фотографии, — во втором); в группе газеты «Неделя.ру» мы находим неплохой раздел обсуждений (17 веток). Самым заброшенным выглядит паблик «Березники вечерних» с его 192 подписчиками и полумертвой лентой, где объявления публикует кто угодно, кроме самой газеты. Такой паблик не продвигает, а дискредитирует издание; не совсем понятно, почему его не закрыли.

Мы видим, что эти газеты не относятся серьезно к этой площадке, уповая, как прежде, на работу с аудиторией и на фидбэк от печатного издания (и отчасти от его сайта); очевидно, считается, что это не влияет на статус и авторитет издания — как, например, в случае с «Березниковским рабочим», газетой-патриархом, флагманом хорошей журналистики города и края. В 2014 г. она вошла в список «10 лучших газет России» по версии Союза журналистов России; исследователь Г. Куличкина называет газету «лидером действенных социальных проектов края» [9, с. 91]. «Березниковский рабочий» практически каждый год побеждает в различных номинациях в краевом конкурсе «Журналистская весна». У «Березниковского рабочего», как заявила в данном нам интервью главный редактор газеты Н. Мальцева, среди городских газет нет настоящего соперника (с чем вряд ли можно поспорить).

В конкурсе «Журналистская весна» участвует и даже время от времени побеждает и газета «Березники вечерние». Возможно, здесь делается ставка и на сайт издания — правда, совсем нового у «Березниковского рабочего» и относительно недавно появившегося (судя по глубине архива) у «Недели.ру» и «Березники вечерних». Однако мы не нашли ни одной (!) березниковской газеты в месячном рейтинге СМИ Пермского края по версии портала-вебмера Liveinternet [11] — площадке, где тради-

ционно меряются популярностью новостные краевые ресурсы (хотя там представлены издания даже малых городов края).

Приятным исключением из перечня является группа «ВКонтакте» еще одной еженедельной газеты «**Мой город Березники**» (это рекламное издание выходит с 11 февраля 2008 г.) (3 230 подписчиков, <https://vk.com/mgberezniki>), имеющей свой сайт (<http://www.mgberezniki.ru/>), а также — аккаунты в Facebook и Twitter. Внятно заполненный и говорящий о цели группы раздел информации, более часто «лайкаемая» лента новостей, имеющая порой комментарии и перепосты, журналистский контент, смело «перепубликуемый» из газеты, фотораздел с наиболее свежими из всех четырех изданий фотографий, в среднем 200–400 (а порой — за тысячу) просмотров.

Однако и здесь лента новостей не имеет функции перенаправления трафика на сайт издания; настораживает также, что в контактах группы, вместо принятого в таких случаях аккаунта ответственного лица, к которому можно было бы быстро, не покидая соцсети, обратиться, стоит телефон и e-mail.

Более информативными выглядят представительства в сети «ВКонтакте» обоих березниковских телеканалов: возможно, они более озабочены работой со своей аудиторией, поэтому, в отличие от большинства газет города, серьезнее относятся к этой площадке.

Группа «**ТНТ-Березники**» (10 160 подписчиков, https://vk.com/tnt_berezniki), очевидно, единственное березниковское представительство СМИ в соцсети «ВКонтакте», не переставшее работать в выходные, продолжающее публиковать новости в то время, когда у ее соседей они застыли на отметке «вечер пятницы». Лента новостей — профессионально создаваемая, «лайкаемая» пользователями (хотя нечасто комментируемая); характерно, что посты проиллюстрированы собственным видеосюжетами телеканала (в соответствующих разделах мы нашли 2 141 видеозапись и 3 альбома с 260 фотографиями). Количество просмотров постов внушает уважение: в среднем — в районе 1 тыс., порой — 1,5–2 тыс. (и в среднем от 30 до 70, в некоторых случаях — по несколько сотен просмотров видео в видеоразделе).

Группа «**Березники ТВ**» (20 172 подписчика, <https://vk.com/bertv>), кроме собственного видео, также использует в ленте изображения (обычно — рекламные посты или анонсы). Исследователь З. Антипина одобительно отзываясь о практике оперативной публикации новостных передач телеканала в ленте группы «ВКонтакте» [8, с. 114].

Отметим все же: несмотря на то, что подписчиков у группы в два раза больше, чем у «ТНТ-Березники», количество лайков, комментариев, просмотров у них примерно одинаковое (очевидно, у двух групп вполне сравнимое ядро активных пользователей). Вну-

шает уважение мультимедийная укомплектованность паблика: 3 279 видеосюжетов видеосюжеты канала не просто собраны, но распределены здесь в 41 тематический альбом, количество их просмотров — неравномерное, но в среднем больше, чем у «ТНТ-Березники» и часто переваливает за тысячу. При этом в группе есть еще 13 фотоальбомов с 1 435 изображениями (впрочем, с 2017 года их практически не обновляли).

Однако несомненными лидерами березниковского сегмента «ВКонтакте» являются представительства не профессиональных СМИ, все-таки ориентированных прежде всего на иные платформы, а проекты, созданные изначально здесь, адаптировавшиеся, приспособившие свою деятельность под условия данной социальной сети. Рассмотрим эти группы.

«**[ТБ] Типичные Березники**» (67 058 подписчиков, https://vk.com/tip_brz) — крупнейшее сообщество города. Оно организовано в 2011 г., когда, по словам Юлии Мальцевой (<https://vk.com/id86447030>), создателя и руководителя группы, в сети «ВКонтакте» еще не существовало ни одного городского сообщества (группа создавалась, ориентируясь на уже состоявшиеся уральские примеры, такие как «Типичный Екатеринбург» и «Типичный Омск»). Группа заслужила право на слоган «Ты на главной странице Березников»: когда-то она была единственной, а сейчас является крупнейшей и, несомненно, одной из самых живых, динамичных и социально важных городских площадок.

Группа имеет интересную и разнообразную структуру: 62 ветки обсуждений (раздел уже разросся до масштабов самостоятельного форума, конкурируя со старейшим городским «Берфорумом»), видеораздел с 4742 видеозаписями (многие имеют несколько тысяч и даже несколько десятков тысяч просмотров), развитый раздел ссылок (линки на дочерние проекты «ТБ»). Отметим также фотораздел, состоящий из 59 альбомов, включающих 6 496 фото (рекорд для березниковских сообществ), которые отражают различные реалии города: праздники, людей, места, симпатичных девушек и пр. Среди снимков, опубликованных березниковцами, есть настоящие фотошедевры, например сделанные со вкусом и умением снимки Александра Конакова, настоящего фотопозера города (альбом BRZ).

Группа имеет открытую для публикаций пользователей стену, на которой собирается огромное количество постов: новости, вопросы, «потеряшки», предложения и пр.

За время своего активного существования группа успела обзавестись целой сетью дочерних проектов — групп, тематика которых выросла из «Типичных Березников»: в определенный момент возникла острая необходимость разгрузить стену. Среди них (специфика понятна из названий): «[ТБ] Объявления — Барахолка», «[ТБ] Потеряшка», «[ТБ] Бюро на-

ходок», «[ТБ] Работа», «[ТБ] Сниму/сдам», «[ЗБ] Знакомимся Березники», «Ревизорро | Отзывы».

Аудитория группы: 63% — женщины, 37% — мужчины; самый большой сегмент — трудоспособные граждане от 27 до 45 лет (взрослевшие, очевидно, вместе с группой). Большая часть участников — березниковцы (плюс почти 10 процентов пермяков и 2,34% — соседей из Соликамска).

Нас очень волновал вопрос, чего же сами создатели крупнейшего в городе сообщества хотели от нее (группы)? Юлия Мальцева ответила на него так: «Группа за свои 7 лет несколько раз меняла свою миссию. Сначала она была просто развлекательной. Публиковались мемы, картинки — была не скучной и в то же время городской. Затем мы переросли в новостной паблик: публиковали новости города, но в то же время старались не забывать о первом периоде — развлекательный контент мы так же публиковали, старались совмещать. А теперь у нас третья функция — помощник. С тех пор, как в группе появились вопросы пользователей об их проблемах, чаще личных, она стала площадкой для взаимопомощи, благо они оперативно решаются».

На этом аспекте в нашем интервью мы остановились подробнее: в силу наличия скептиков, не видящих в подобных группах какой-либо пользы. В чем же ее полезность, как упорядочивает, преобразует она городское пространство? Ю. Мальцева выявила несколько таких моментов: «Например, в обсуждениях мы собрали воедино все телефоны и адреса коттеджей / баз отдыха для проведения мероприятий, находящихся на территории города или в его окрестностях. Или сделали базу телефонов всех ветеринарных врачей Березников для того, чтобы не искать их в поисковых системах. Здесь же режим работы ГИБДД, адреса всех городских школ и их телефоны; номера больниц и их телефоны; данные обо всех тренажерных залах нашего города и т.д. Мы постарались в одном месте объединить то, на что тратится время при поисках».

Группа **«Все Березники»** (38 836 подписчиков, <https://vk.com/vseberezniki>) возникла в 2012 году. Поначалу группа во многом копировала «Типичные Березники» — вплоть до дублирования новостей «ТБ». Со временем группа нашла свою нишу, когда ее возглавила Елена Суханова (<https://vk.com/id102465036>), ответственный редактор программы «Новости на ТНТ-Березники» (такая должность предполагает большой набор информационных источников). Новости этого канала являются важной информационной базой для группы: больше половины ее видеораздела (356 видео, количество просмотров — примерно то же, что и у «ТБ») — сюжеты «ТНТ-Березники». К сожалению, Е. Суханова оказалась единственным из руководителей крупных березниковских групп, отказавшихся давать нам интервью: очевидно, от этого жанра она успевает устать на работе.

Хорошо оформлен в группе фотораздел (56 альбомов с 4 536 снимками).

Группа имеет развитый раздел обсуждений (37 веток), раздел ссылок содержит ссылки на «Все Березники. Бесплатные объявления» и «Все Березники. Афиша» (очевидно, ее дочерние проекты), а также — три линка, облегчающие навигацию в группе («Рубрики», «Полезные ссылки», «Стена»).

Лента состоит из стандартного в таких случаях контента: новости, объявления, вопросы и пр. Некоторые из постов «лайкаются»; наибольший резонанс вызывают посты, касающиеся важных сторон жизни березниковцев («Достроят?» — пост о затянувшемся строительстве детской больницы, «Новый арт-объект» — телесюжет об открытии необычного памятника, «В Березниках появится экстремальный туристический маршрут по провалам», «С начала года в нашем городе произошло 57 ДТП с пешеходами» и пр.). Среднее количество просмотров в этой группе (как и в «Типичных Березниках») выявить не удалось: просмотры отображаются лишь у рекламных объявлений.

«[ПБ] Подслушано Березники» (33 419 подписчиков, <https://vk.com/pb159>). Группа создана 10 ноября 2013 года. На данный момент (и уже несколько лет) руководит группой Дмитрий Богомолов (<https://vk.com/id66635347>).

Группа имеет дружелюбный интерфейс: при входе можно видеть приглашающий слоган: «Друзья, ждем ваших историй и секретов!» В левом верхнем углу располагается виджет «Написать сообщение» с пояснением: «Время ожидания — 1 минута». Ниже расположен виджет подписки на рассылки, виджет-приветствие и приглашение присоединиться к групповому чату «ПБ».

В группе находим три ветки обсуждений («Что? Где? Когда?», «Куплю. Продам», «Знакомства»), 6 ссылок (среди них «Черный список. Березники», «Подслушано Усолье»), 5 альбомов, включающих 127 фотографий (девушки, места Березников и пр.).

Посты в ленте — то, что обычно находим в «Подслушано»: вопросы, предложения, признания, знакомства, истории, проблемы ЖКХ, проблемы семейного и бытового характера, развлекательный контент.

Как считает Д. Богомолов, специфика его «Подслушано» (в сопоставлении с другими крупными группами города) в том, что подписчик может оставить свою запись (историю, жалобу, признание и прочее) совершенно анонимно.

Помимо информации, предлагаемой подписчиками, администрация группы сама ищет и публикует новости о том, что происходит в Березниках и за пределами города.

Одна из примечательных составляющих контента ленты группы — это, несомненно, **истории** (самые разнообразные ситуации из жизни горожан, из которых порой может вытекать неожиданная мораль).

В связи с этим миссию своей группы Д. Богомолов определяет следующим образом: «Мы трудимся для людей, чтобы они смогли занять свое время. Чтобы, почитав интересные истории, описание чьего-то забавного или не очень случая, поняли, что у них не все так уж плохо, что бывает хуже. Или, когда кажется, что все потеряно и просвета не видно, все случается совсем по-другому, все переживается, и луч в конце светит ярче, чем когда-либо».

О контенте группы Д. Богомолов сказал следующее: «Мы несем новости развлекательного характера и информационного. Они нестандартного типа, поскольку это новость от простых людей, о простых реалиях жизни. Да, это голос городской общины, простых горожан. Но мы пока не достигли того уровня (по моему мнению), чтобы перекрыть громкость официальных СМИ. Да и такое, я думаю, вряд ли случится».

Все три крупнейшие группы Березников являются в определенном смысле конкурентами — за внимание читателя, за доминирование на новостном рынке. Прежде всего, эта борьба актуальна для групп «Типичные Березники» и «Все Березники»: «Подслушано Березники» имеет свою нишу — этот тип групп ориентирован в большей степени на коммуникацию, чем на информирование. Для лучшего понимания мы делим группы Пермского края (это разделение касается и других крупных групп в сети «ВКонтакте», являющихся лидерами своих мест) на **информационные** (группы типа «Мой город...», «Твой город...», «Типичный...» и пр.), для которых информационная деятельность является приоритетной, и **коммуникационные** (группы типа «Подслушано»), чья приоритетная цель — оперативный отклик других членов местного сообщества на вопрос, просьбу, историю и др., а информирование является зачастую попутной задачей.

Мы видим, что соперничество «Типичных Березников» и «Всех Березников» — групп, которые начали свою деятельность практически одновременно (2011–2012 гг.), проходит с перевесом в сторону «ТБ». Это вполне объяснимо: руководство группы проявляет реальный интерес к нуждам подписчиков, создав актуальный развитый блок информационных сервисов (базы данных мест отдыха, проведения мероприятий, ГИБДД, городских школ, тренажерных залов и др.), предлагая различные конкурсы, обогащая мультимедийные разделы (в фоторазделе «ТБ» на 2 тысячи больше фотографий и более чем на сотню больше видеозаписей). Ю. Мальцева смогла заинтересовать и привлечь к работе над группой своих единомышленников. У «Типичных Березников» — большая и активная команда (на странице сообщества заявлено 5 человек), которая старается сделать сообщество интереснее. Е. Суханова, очевидно, не сочла нужным значительно расширять «штат» «Всех Березников». Соответственно, у группы мень-

ше спектр сервисов, предлагаемых жителям города. Это и обусловило разницу в таком чутком показателе, как количество подписчиков (67 тысяч у первой группы и 38 тысяч — у второй).

В связи с информационной деятельностью «СМИшных» и других групп соцсети «ВКонтакте» актуален также вопрос производства распределения новостей в городском пространстве. Мы уже отмечали, что паблики трех крупнейших городских газет из неких маркетинговых соображений стараются не публиковать собственно журналистские новости в своей ленте. «Подслушано Березники» не считает для себя приоритетным такое направление, как целенаправленная работа с городскими новостями; «Все Березники», помимо информации от пользователей, публикуют видеонюхты от «ТНТ-Березники» (и других каналов). Администраторы «Типичных Березников», пожалуй, более других озабочены публикацией собственных новостей. Часто бывает, что местные СМИ ищут в их ленте новостные поводы: «Информация у нас берется постоянно и мы уже к этому привыкли», — говорит Ю. Мальцева. «Доходит до смешного: если взять местную газету и прочитать все заголовки — это, по сути, все то, о чем мы уже писали. Темы для телевизионных репортажей тоже очень часто берут у нас и даже показывают комментарии пользователей, зачитывают». Телеканал «Березники ТВ» даже создал рубрику новостей из местных сообществ, там освещают курьезные вопросы пользователей, фотографии либо видео, которые впоследствии вызывают резонанс у телезрителей».

Итак, главными игроками в березниковском информационно-коммуникативном сегменте в соцсети «ВКонтакте» являются группы «Типичные Березники» и «Все Березники»; отдельную нишу занимает березниковское «Подслушано». В этом сегменте с данными группами почти не стремятся соперничать крупнейшие городские газеты, но уже неплохо заявляют о себе каналы городского телевидения (67 и 38 тыс. подписчиков — в крупнейших группах, 10 и 20 тыс. — в группах телеканалов). Группы СМИ более профессиональны, а крупнейшие сообщества — более оперативны и обильны в подаче новостей; последние также делают особый акцент на работу с аудиторией в сети «ВКонтакте», качество и количество которой много выше, чем у пабликов СМИ.

Разумный исследовательский подход при оценке различных площадок в соцсети «ВКонтакте» — их анализ не с точки зрения противостояния, а с точки зрения взаимодополнения: у пабликов СМИ главное — информирование, у крупнейших групп — коммуникация (даже через информирование). В этом смысле совокупность групп сети «ВКонтакте» представляет собой живую и динамично развивающуюся систему с хорошими перспективами на дальнейшую работу и неантагонистическое сосуществование.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пустовалов А. В. Соцсетевой ландшафт Пермского края / А. В. Пустовалов // Знак. Проблемное поле медиаобразования. — Челябинск, 2017. — № 2 (24). — С. 82–86. — Режим доступа: https://znak-journal.jimdo.com/app/download/9078563984/2017_2_24.pdf?t=1499964207 (дата обращения: 17.09.2018).
2. Продвижение медиа в соцсетях: 12 советов от главы реда Meduza Галины Тимченко // Marketing.by. 4 ноября 2015. — Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/prodvizhenie-media-v-sotssetyakh-12-sovetov-ot-glaveda-meduza/> (дата обращения: 12.10.2018).
3. Беленко В. Е. Интеграция региональных интернет-СМИ в социальные сети (на материале интернет-СМИ Г. Новосибирска) / В. Е. Беленко, Э. В. Кунгурцев // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. — 2016. — Том 15. — № 6. — С. 69–82. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-regionalnyh-internet-smi-v-sotsialnye-seti-na-materiale-internet-smi-g-novosibirsk> (дата обращения: 17.09.2018).
4. Соцсети пока не обеспечивают никакой разумной конверсии (интервью с Василием Гатовым) // Платформа. 26.10.2017. — Режим доступа: <http://pltf.ru/2017/10/26/socseti-poika-ne-obespechivajut-nikakoj-razumnoj-konversii/> (дата обращения: 20.11.2017).
5. Зеленцов М. В. Городские медиа: условия функционирования / М. В. Зеленцов // Вопросы теории и практики журналистики. — Иркутск, 2015. — Т. 4. — № 3. — С. 262–272. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/>
6. Новые городские медиа в медиаландшафте России. 1–2 июня 2018 года, Пермь. Сайт конференции. — Режим доступа: <http://urbanjournalism2018.tilda.ws> (дата обращения: 17.09.2018).
7. Березники // Википедия. Свободная энциклопедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Березники> (дата обращения: 12.11.2018).
8. Антипина З. С. Районные газеты в социальных сетях / З. С. Антипина // Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее. — Пермь, 2017. — С. 113–125. — Режим доступа: <https://elis.psu.ru/node/488593> (дата обращения: 17.09.2018).
9. Куличкина Г. В. Массовая работа с аудиторией как фактор устойчивого развития современной региональной прессы (на примере муниципальной прессы Пермского края) / Г. В. Куличкина // Филология в XXI веке. — 2018. — Выпуск 1. — С. 88–94. — Режим доступа: <http://rfr.psu.ru/archive/2018phylo.pdf> (дата обращения: 17.09.2018).
10. Пустовалов А. В. Региональные газеты и соцсети Пермского края: реструктуризация информационного поля / А. В. Пустовалов // Век информации. — № 2. — Т. 1. — С. 254–255. — Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_28820702_44912850.pdf (дата обращения: 17.09.2018).
11. <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/#period=month;geo=ru/342;group=media> (дата обращения: 17.09.2018).

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Пустовалов А. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций
E-mail: theyareeverywhere@gmail.com

Perm State National Research University
Pustovalov A. V., Associate Professor in the Department of Journalism and Mass Communication
E-mail: theyareeverywhere@gmail.com

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МОРФЕМИКИ И СЛОВООБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫМ СТУДЕНТАМ-ЖУРНАЛИСТАМ

Е. А. Ряжских

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 9 января 2019 г.

Аннотация: актуальные вопросы морфемики и словообразования современного русского языка рассматриваются в статье с точки зрения их преподавания иностранным студентам-журналистам. Подчеркивается, что успешное изучение данных вопросов поможет студентам в развитии их коммуникативных навыков.

Ключевые слова: морфемика, словообразование, стилистика, преподавание русского языка как иностранного.

Abstract: the article explores topical issues of morphemics and word-formation of the modern Russian language from the point of view of their teaching to foreign students-journalists. It is noted that the successful study of these issues will help students in the development of their communication skills.

Keywords: morphemics, word-formation, stylistics, teaching Russian as a foreign language.

Обучение иностранных студентов журналистике в Воронежском государственном университете имеет давние традиции: первые студенты-иностранцы появились на отделении журналистики в 1968 г. На сегодняшний день «многие выпускники-иностранцы... занимают солидные посты, определяют информационную политику своих стран» [1, с. 6]. Безусловно, для эффективной учебной, профессиональной и личной коммуникации иностранным студентам-журналистам необходимо иметь развитые лингвистические навыки, на формирование и совершенствование которых значительное влияние оказывает в том числе и изучение морфемики и словообразования современного русского языка. Подробное знакомство обучающихся с данными разделами русского языка «способствует расширению потенциального запаса слов за счет самостоятельной семантизации производных и усвоению системных связей в языке» [2].

Рассмотрим в нашей статье некоторые важные и актуальные темы, которые заслуживают пристального внимания при обучении иностранных студентов-журналистов названным разделам. Одна из таких тем — это системные отношения между морфемами. Как известно, морфемы могут вступать друг с другом в отношения омонимии, синонимии и антонимии.

Омонимия морфем — это внешнее, формальное совпадение разных морфем. Студенты должны знать, что 1) омонимичными могут быть корни (**носик** — **носить**, **водить** — **водяной**), префиксы (**за-** со значением начала действия: **запеть**; **за-** со значением результативного завершения действия: **закрыть**),

суффиксы (**-к-** со значением отвлеченного действия: **перепечатка**; **-к-** со значением уменьшительности: **ножка**), флексии (**пойду** — **рыбу**, **вода** — **стола**); 2) в отношении омонимии могут вступать морфемы разных видов (префикс и корень: **возобновить** — **возить**; корень и постфикс: **либо** — **кто-либо**; префикс и суффикс: **инвариант** — **бабушкин** и др.) [3, с. 23]. Знание о возможной омонимии морфем убережет студентов от автоматического сближения сходных в звуковом отношении компонентов слов, а также будет способствовать более внимательному отношению к семантике морфем.

Иностранных студентов нужно подготовить и к тому, что определенные трудности могут возникнуть при разграничении омонимичных и многозначных морфем. Обучающимся необходимо объяснить, что омонимичными являются морфемы, которые не имеют общих смысловых компонентов (например, суффиксы: **-ин-** со значением увеличительности: **домина**; **-ин-** со значением единичности: **бусина**; **-ин-** со значением 'мясо животного': **свинина**); многозначные же морфемы, напротив, имеют тождественный компонент в значении. К многозначным морфемам можно отнести суффикс **-ин-** в словах **льдина**, **картофелина**, поскольку данные примеры объединяет общее значение единичного предмета, принадлежащего массе вещества (**льдина** — **лед**) или совокупности однородных предметов (**картофелина** — **картофель**).

Для лучшего понимания вопроса студентам следует предложить, к примеру, следующее упражнение:
Выпишите из слов омонимичные аффиксы и укажите их значение:

Историк, домик, черновик, дождик, критик; *домá, странá, окнá, городá; глупец, морозец, австриец, гордец; журналист, лесистый, гитарист, гористый...* (ряд слов можно продолжить. — Е. Р.).

Образец: *жемчужина, холодина, баранина, горошина, осетрина, голосина.*

Суффиксы *-ин-*: 1) вид мяса животного или рыбы (*баранина, осетрина*);

2) увеличительность (*холодина, голосина*);

3) единичность (*жемчужина, горошина*).

При изучении синонимии морфем обучающимся можно порекомендовать такое упражнение:

Выделите в словах синонимичные аффиксы. Определите их значения.

Лаборантка, повариха, директриса, докторша; супербоевик, экстракласс, ультрамодный; москвич, воронежец, липчанин; спускаться, нисходить; волчица, волчиха; перевыборы, реорганизация... (и другие слова. — Е. Р.).

При обсуждении темы синонимии морфем и выполнении данного упражнения необходимо проанализировать и стилистическое различие синонимичных морфем. (Отметим, что особое внимание при обучении иностранных студентов-журналистов следует уделять вопросам, связанным со стилистическими функциями языковых единиц. Умение давать стилистическую оценку ресурсам морфемики и словообразования поможет студентам как при изучении на старших курсах дисциплин «Стилистика и литературное редактирование», «Русский язык в профессиональной деятельности» и др., так и в будущей профессии, а также в бытовой коммуникации.)

Явление антонимии рассматриваем на примере соответствующих корней (*белый — черный, добрый — злой*), префиксов (*надземный — подземный, влететь — вылететь, недоварить — переварить*) и суффиксов (*домик — домина, рученька — ручища*)¹. Важно проанализировать в аспекте антонимии экспрессивные суффиксы со значением увеличительности (например, у существительных это суффиксы *-ищ-* (*голосище*), *-ин-* (*домина*), у прилагательных — *-у(ю)щ-* (*длиннющий*), *-енн-* (*тяжеленный*)) и со значением уменьшительности (и уничижительности) (к примеру, суффиксы существительных *-онк-* (*ручонка*), *-ишк-* (*домишко*)). Уместным будет следующее задание: образовать от предложенных слов экспрессивные производные со значением увеличительности и уменьшительности (например, от слов *нос, дождь* и др.).

Еще одна тема, заслуживающая пристального внимания, — это способы современного словообра-

зования. Наряду с «классическими» способами (префиксальным, суффиксальным и др.)² практика современных СМИ и разговорной речи требует обращения к таким способам словообразования, как аббревиация, усечение, субстантивация, суффиксальная универбация, усечение с суффиксацией.

При изучении аббревиации рекомендуем рассмотреть основные виды аббревиации и проиллюстрировать каждый вид актуальными языковыми единицами, например:

1. **Буквенная аббревиация** — объединение названий начальных букв каждого слова: *Китайская Народная Республика* → КНР [казнэр], *автозаправочная станция* → АЗС [азээс], «*Авторское телевидение*» → АТВ [атэвэ] и др.

2. **Звуковая аббревиация** — сочетание начальных звуков каждого слова, например: *Организация Объединенных Наций* → ООН, *театр юного зрителя* → ТЮЗ, *средства массовой информации* → СМИ. Такие аббревиатуры читаются как слова.

3. **Слоговая аббревиация** — объединение начальных частей каждого слова: *филологический факультет* → филфак, *полномочный представитель* → полпред.

4. **Слого-словная аббревиация** — сочетание начальной части первого слова и целого второго слова: *детский сад* → детсад, *подводная лодка* → подлодка.

5. **Смешанная аббревиация** — объединение сокращенных элементов разных типов: *педагогический вуз* → педвуз (слого-звуковая), *Институт мировой литературы* → ИМЛИ (звуко-слоговая).

6. **Телескопическая аббревиация** — объединение начала одного слова и конца другого: *парашют + акваланг* → параланг, *биология + техника* → бионика.

После знакомства с теорией предлагаем студентам следующее упражнение (с необходимыми «подсказками»).

Определите виды аббревиации.

РФ, РАН (Российская академия наук), *автосервис, загс* (запись актов гражданского состояния), *турпоход, мопед* (мотоцикл + велосипед), *линкор* (линейный корабль), *МОК* (Международный олимпийский комитет), *ЛДПР* (Либеральная демократическая партия России), *спецкор, оргработа* (организационная работа), *Совбез* (Совет безопасности), *МАПРЯЛ* (Международная ассоциация преподавателей русского языка

¹ Что касается антонимии флексий, то этот вопрос решается в морфемике неоднозначно: одни ученые считают, что среди окончаний антонимов нет, другие — усматривают антонимию окончаний в формах ед. и мн. ч. тех слов, у которых данные формы различаются: озеро — озёра, несущ — несут.

² Анализируя такой «классический» способ образования слов, как сложение (и его разновидности), следует отметить активность сложносоставного способа в современном русском языке: бизнес-центр, фитнес-клуб, онлайн-трансляция (первый иноязычный компонент в новом слове не склоняется), а также продуктивность сложения слов с первым неизменяемым связанным компонентом интернационального характера: метеопрогноз, телешоу, авиапочта и др. (этот компонент как отдельное слово в русском языке может и не употребляться).

и литературы), *завуч* (заведующий учебной частью), *львигр* (львёнок + тигр), *госсекретарь*, *РИА*, *помреж* (помощник режиссера), *сбербанк*, *МИД*.

Как правило, иностранные студенты легко запоминают виды аббревиации и с большим интересом выполняют подобные упражнения, помогающие им ориентироваться в «мире» современных аббревиатур.

Характеризуя способ усечения, обращаем внимание студентов на то, что при усечении в производное слово входит лишь какая-то часть производящего, причем производное имеет то же значение, что и производящее (*ноутбук* → *ноут*), однако отличается от него стилистической окраской разговорности и сниженности (сравн.: *телохранитель* → *телохран*). Важно рассказать студентам о сфере распространения усечения. Это разговорная речь, жаргон; СМИ, ориентируясь на данные сферы, могут активно использовать подобные производные. Впрочем, некоторые слова, произведенные способом усечения, утрачивают окраску сниженности и становятся нейтральными: *метрополитен* → *метро*, *кинематография* → *кино*.

Обучающиеся должны принять к сведению, что усечению подвергаются слова, часто употребляющиеся в том или ином кругу лиц, в той или иной ситуации, так что сокращенное наименование не затрудняет общения (*заместитель* → *зам*, *специалист* → *спец*). Сокращаются единицы большого размера — слова (превышающие обычную длину русского слова) или словосочетания (в этом случае усечение может действовать одновременно с другим способом — универбацией: *автоматический зачет* → *автомат*, *факультативный курс* → *факультатив*). Нередко усечению подвергаются имена собственные (*Земфира* — *Зема*, *Максим* — *Макс*, *Александр*, *Алексей* — *Алекс*, *Маяковский* — *Маяк*). Активно действует в разговорной речи и тип усечений, образованных от сложносокращенных слов. Наиболее распространенной является группа слов-названий институтов, факультетов, отделений (*мед* — *мединститут*, *пед* — *пединститут*).

Важно провести параллель и с западноевропейскими языками. Продуктивность усечения в современном словообразовании связана не только с ускорением темпов жизни, тяготением к упрощению и сведению до минимума языковых ограничений и средств речевого выражения, но и с влиянием западноевропейских языков — английского, французского, немецкого, для которых характерны сокращения от основ существительных: например, англ. *doc* (*doctor*), *phone* (*telephone*), нем. *Bus* (*Autobus*) и др.

Студентов следует познакомить и с таким способом словообразования, как усечение с суффиксацией (*велосипед* + *-ик* → *велик*, *фотоаппарат* + *-ик* → *фотик*).

Субстантивацию целесообразно рассмотреть на примере хорошо знакомых студентам слов (на-

пример, *студенческий*, *проездной* и др.). Предлагаем также назвать группы слов, которые могут подвергаться субстантивации: наименования лиц (*ученый*, *учащийся*, *командированный*), помещений (*ванная*, *приемная*), документов (*проездной*, *студенческий*), абстрактных понятий (*будущее*, *прошедшее*, *забытое*), блюд, кушаний, лекарств (*мороженое*, *сладкое*, *снотворное*), денег, платежей (*отпускные*, *премиальные*) и др. Не стоит забывать и о том, что в конкретном контексте субстантивироваться может любая часть речи (например, местоимения: *Это наши* пошли в атаку (сравните: *наши люди*); числительные: *Что у нас на первое?* (сравните: *первое блюдо*) и др.).

Изучение суффиксальной универбации рекомендуем также начать с известных обучающимся примеров (*зачетная книжка* → *зачетка*, «*Комсомольская правда*» → «*Комсомолка*»). При суффиксальной универбации новое слово образуется от основы прилагательного, входящего в состав словосочетания «прилагательное + существительное»³, путем прибавления к основе суффикса: *военная кафедра* → *военка*. Универбаты «впитывают» в себя значение всего словосочетания в целом, так что по форме производное соотносительно с одним словом, а по смыслу — с целым словосочетанием.

Данный способ словообразования обнаруживает высокую продуктивность в разговорной речи, жаргоне, СМИ. Универбаты формируются на базе словосочетаний, высокочастотных в определенном кругу лиц и общественно актуальных в тот или иной временной период.

Подчеркиваем, что наиболее активен при универбации суффикс *-к-*, менее продуктивны суффиксы *-ак* (*-як*), *-ушк-*, *-ашк-/яшк-*, имеющие сниженный характер: *товарный поезд* → *товарняк*, *пивной магазин* → *пивнушка*, *мультипликационный фильм* (*персонаж*) → *мультяшка*.

Изучение всех вышеперечисленных способов словообразования необходимо завершить комплексным упражнением, в котором будут представлены производные, созданные с помощью данных способов, например:

Укажите, каким способом образованы данные слова.

НТР, *замдекана*, *овощной* (овощной магазин), *мерс* (мерседес), *универмаг*, *ВГУ*, *спецотдел*, *Госдума* (Государственная дума), *диссер* (диссертация), *синхрон* (синхронный перевод), *общага* (общежитие), «*Литературка*» («Литературная газета»), *пленный*, *электричка* (электрический поезд), *академ* (академический отпуск), *турпоездка*, *коммуналка* (коммунальная

³ Универбаты могут образовываться на основе сочетаний «причастие + существительное», «порядковое числительное + существительное»: брошенка — брошенная женщина (мужчина), восьмерка — восьмая модель (автомобиля).

квартира / плата), сакс (саксофон), собкор, мультик (мультипликационный фильм) и др.

Особенно значимой в контексте обучения иностранных студентов-журналистов нам представляется тема «Стилистические ресурсы морфемики и словообразования» (данная тема является завершающей и обобщающей при изучении морфемики и словообразования). Студенты должны четко представлять, что наряду с аффиксами, которые выполняют только словообразовательную функцию (присоединяясь к производящим основам, они не вносят никаких экспрессивно-стилистических значений и оттенков), существуют и другие аффиксы, присоединение которых меняет функционально-стилевую и (или) эмоционально-экспрессивную окраску производных. Например, присоединение экспрессивного суффикса *-ищ-* к основе *дом* приводит к изменению как функционально-стилевой, так и эмоционально-экспрессивной окраски производного: *дом* (нейтральное) → *домище* (разговорное, эмоционально-экспрессивное).

Здесь следует рассмотреть средства и способы словообразования, характерные для разговорной и книжной речи, и предложить различные упражнения (подробнее см.: [3]). В качестве примера приведем два упражнения.

Упражнение 1. Сопоставьте слова в данных парах с точки зрения их стилистической окраски. Укажите способ и средство словообразования, которые использованы для создания стилистически окрашенных слов.

Скука — скучища, наличные деньги — наличка, телевизор — телек, толкать — толкануть, кино — киношка, милый — милый-премилый, весёлый — весёленький, компьютер — комп, бедно — бедненько и др.

Образец записи: бумага (нейтр.) → бумажонка (разг., отрицательно-оценочное); суффиксация, экспрессивный суффикс *-онк-*.

Упражнение 2. В данных словах выделите префиксы, характерные для книжной речи, определите их значения. Назовите другие слова, образованные с помощью таких же префиксов.

Дисгармония, атипичный, контратака, панамериканский, реконструкция, постсоветский, антинаучный, полиэтнический и др.

Знание и понимание обучающимися рассмотренных нами вопросов способствует достижению одной из задач обучения иностранных студентов-журналистов — выработке у них умения читать, слушать и адекватно воспринимать современный медиатекст. Обращение к актуальным (в том числе и разговорным) средствам и способам русского словообразования позволит иностранным студентам стать активными участниками современной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. К 100-летию ВГУ: Из истории факультета журналистики // Акценты. Новое в массовой коммуникации: Альманах. — 2018. — Выпуск 7–86 (158–159). — С. 5–6.

2. Купрадзе С. Д. Роль обучения словообразованию студентов-иностранцев / С. Д. Купрадзе // Научные публикации факультета доуниверситетского образования Белорусского государственного университета. — Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/12970> (дата обращения: 29.12.2018).

3. Рязских Е. А. Современный русский язык. Морфемика. Словообразование: учебное пособие для иностранных студентов / Е. А. Рязских. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. — 74 с.

Воронежский государственный университет

Рязских Е. А., кандидат филологических наук, доцент
кафедры стилистики и литературного редактирования
E-mail: reatta@mail.ru

Voronezh State University

Ryazhskikh E. A., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Department of Stylistics and Literary Editing
E-mail: reatta@mail.ru

СПОРТИВНАЯ РОССИЙСКАЯ ПРЕССА: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

В. В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 23 сентября 2018 г.

Аннотация: *статья посвящена типологии спортивной российской журналистики — от изданий XIX в. до спортивных СМИ новейшего времени.*

Ключевые слова: *спорт, физкультура, спортивная журналистика, типология спортивной прессы.*

Abstract: *the article is devoted to the typology of Russian sports journalism — from publications of the XIX century to the latest sports media.*

Keywords: *sports, physical education, sports journalism, typology of sports press.*

Истоки спортивной российской журналистики следует искать в начале XIX в. Исследователь Е. А. Войтик считает, что слово «спорт» было введено в медиаоборот в феврале 1845 г., когда в журнале «Московитянин» была опубликована статья А. С. Хомякова «Спорт, охота». Однако, по мнению ряда исследователей истории физической культуры и спорта, спортивная деятельность в России уже давно активно развивалась. Спорт «был представлен через популяризацию физического (телесного) воспитания, физические занятия (упражнения); развитие отдельных видов спорта (конные виды (скачки, бега); охоту; парусный спорт; борьбу; катание на коньках, фехтование, гимнастику и др.); проведение различных игровых (бег «взапуски», игра в волан, игра в шары, игра в кегли и т.д.) и «технических» (запускание воздушного змея, полеты на воздушном шаре, аэростате и т.д.) забав, а также различные народные увлечения (кулачные бои, катание на санях, катание с гор, качание на качелях, лазанье по столбу и т.д.). Сюда же относились и увлечения рядом «настольных» игр (шашки, шахматы, карты, лото, кости, бильярд и др.)...» [1, с. 85]. Фрагментарно спортивные события описывались и прежде — подобная информация появлялась в различных публикациях столичных изданий («Московский телеграф», «Отечественные записки», «Вестник Европы», «Московские ведомости», «Санкт-Петербургские ведомости» и др.), рассматриваемых как сугубо досуговые (состязания на народных праздниках и гуляниях) или просветительские [2]. Поскольку в то время лошадь имела особое значение в жизни почти каждого человека, то неудивительно, что из всех видов спорта наиболее освещаемыми в прессе был конный спорт: газеты и журналы публиковали информацию о скачках, бегах, вольтижировке.

Во второй половине XIX в. спортивная тема окончательно утверждается: газетчики рекламируют, а за-

тем и описывают популярные у городской публики мероприятия: кулачные бои, бильярдные поединки, соревнования гимнастов, шахматистов, гребцов, членов обществ «правильной охоты», велосипедистов-любителей и др. К концу девятнадцатого столетия в стране существовало около 50 спортивных обществ. К 1904 г. их насчитывалось уже вдвое больше, а в 1913 г. в списке, представленном Олимпийским комитетом России к Всероссийской гигиенической выставке в Санкт-Петербурге, в России числилось уже 445 обществ и клубов [3]. Во многом благодаря участию русских спортсменов в Играх 1908 г. и 1912 г., к 1916 г. насчитывалось более пятидесяти спортивных специализированных изданий: «Шахматный журнал», «Шашки», «Вестник голубиноного спорта», «Псовая и оружейная охота», «Русский спорт» и др.

Становление и постепенное развитие советской спортивной журналистики было связано главным образом с процессами, происходившими на рубеже 1910–1920 гг. в партийно-советской печати. Тогдашняя модель СМИ, взяв за основу разработанную В. И. Лениным концепцию печати, опиралась на принципы партийности, классовости и идейности. Как отмечают исследователи К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко, «советская власть была заинтересована в создании массовой печати, широчайшей сети самых различных по тематике изданий, в ряду которых получили место и спортивные, точнее — физкультурно-спортивные издания» [4, с. 108]. Спортивная журналистика должна была стать частью системы по формированию новой идеологии, принимать активное участие в организации жизни советских граждан.

В начале 1920-х гг. часть немногочисленных изданий о спорте (петроградский «Спорт и фавориты сегодня», московский «Спорт», «Борец-атлет» и др.) сумела пережить потрясения революций и гражданской войны и выпускалась по дореволюционным моделям. Стиль этих изданий чаще всего был лишен политической риторики и освещал спорт нейтрально. Лишь знаменитый еженедельник «Русский

спорт» в это время старался маневрировать в условиях зарождавшейся системы печати, включая в редакционную повестку освещение деятельности Всевобуча (организации по всеобщему военному образованию. — В. Т.) и прочих советских спортивных организаций. В схожей стилистике работал журнал «Шахматы в СССР», пользовавшийся огромной популярностью среди многих слоев населения и часто являвшийся дефицитным.

В это же время в ряде регионов страны пытались создавать спортивные издания нового образца, однако большинство из них жили недолго и по содержанию были не столько физкультурно-спортивными, сколько военно-прикладными. Сюда можно было отнести «Спорт на службе милиционной армии» в Петрограде, «Красный спортсмен» во Владикавказе, «Допризывник» в Ташкенте и др.

Периодика долго переходила на новые рельсы, что объяснялось отсутствием понимания основных задач физкультуры и спорта среди идеологов молодого государства. В мае 1922 г. начался выпуск двухнедельного научно-популярного журнала «Физическая культура» (с 1924 г. — «Известия физической культуры»), имевшего в первое время слабую рубричную структуру и низкую оперативность. Из-за этого уже в июле того же года было принято решение выпустить новый двухнедельный журнал «Известия спорта» (с 1924 г. — «Красный спорт»). Спортивные события на страницах «Известий спорта» освещались в облегченной форме, подавались в виде хроники, отчетов и корреспонденций. Ежемесячный журнал «Физическая культура» увеличил полосность, став, по сути, методическим пособием для спортсменов и работников сфер, имеющих отношение к физической культуре.

У истоков этих изданий стояли представители Всевобуча К. Мехоношин, М. Шимкевич, народный комиссар здравоохранения РСФСР Н. Семашко, бывший спортсмен и спортивный организатор Б. Кальпус. Они же на протяжении многих лет определяли редакционную политику физкультурно-спортивных изданий, влияли на содержание журналов, работали над публикуемыми материалами.

Ситуация в советской спортивной журналистике начала меняться к началу 1925 г., когда по причине ликвидации Всевобуча руководством физкультурно-спортивным движением и его печатью начал заниматься новый партийный орган — Высший совет физической культуры (ВСФК). В это время ЦК РКП(б) приняло постановление «О задачах партии в области физической культуры» [4, с. 113]. Н. Семашко по этому поводу отмечал, что спортивная журналистика СССР переходит на новую ступень: «Основной задачей журнала становится не только пропаганда и агитация ф.к., но и углубление работы, уточнение методов, разработка программы вопросов и научно-популярное освещение ф. к...» [5, с. 2]. Появление

целевой аудитории, ее реакция на изменения, происходящие в физкультурно-спортивных журналах и немногочисленных газетах, постепенно привело к обновлению форматов изданий, а также к выстраиванию диалога с читателями.

В 1925 г. у «ИФК» появилось приложение «Пролетарский спорт», освещавшее работу международного спортивного движения. Одновременно и на местах появляется спортивная периодика — киевский «Красный Спорт», харьковский «Вестник физической культуры», петроградский «Спартак». Помимо этого свои спортивные издания открылись в Ростове-на-Дону, Тифлисе, Полтаве и т.д. И хотя поначалу к содержанию, оформлению, оперативности и периодичности выхода было немало претензий, все же следует констатировать, что в стране стала формироваться спортивная периодика, включавшая как минимум два типа издания.

Научно-методические журналы были рассчитаны на подготовленного читателя и освещали по большей части темы для организаторов спорткружков и мероприятий, инструкторов и специалистов физической культуры и спорта. Здесь часто размещались статьи В. Гориневского о проблемах спортивной медицины, здорового образа жизни, организации тренировочного процесса, научного обоснования пользы физической культуры для населения и др. Например, «Теория и практика физической культуры» — бесплатное приложение к «ИФК», которое быстро превратилось в самостоятельное научно-популярное издание, занимавшееся углублением методических исследований в сфере физической культуры и спорта.

Массовые еженедельные и двухнедельные журналы публиковали информацию о жизни физической культуры и спорта в СССР. Например, журнал «Физкультура и спорт», образованный в 1928 г. путем сращения «ИФК» и «Красного спорта» и существующий по сей день. Данный еженедельник был призван привлечь к физкультуре и спорту самые широкие слои населения, для чего редакция старалась совмещать информацию, популяризирующую спорт, и литературно-художественные произведения, а также качественный иллюстративный материал.

Таким образом, к концу двадцатых годов фактически завершился первый этап становления отечественной спортивной журналистики. Следующее десятилетие было непростым. Физическая культура и спорт провозгласили важной частью идеологической надстройки в период становления новой государственной и партийной систем. Отсюда — пропагандистско-агитационный характер спортивной информации, критика «мелкобуржуазного характера» спорта высоких достижений с его нечистоплотным соперничеством, саморекламой и т.п. Система спортивных СМИ, балансируя между политикой, идеологией и своей реальной информационно-прикладной пользой, не могла полноценно реализовывать спец-

ифические функции по представлению физкультуры и спорта как важной составляющей жизни советского гражданина, воспитания нового гражданина.

Помимо специализированных — физкультурно-спортивных — СМИ, спортивную тему профессионально освещали общественно-политические газеты «Правда», «Труд», «Рабочая газета», «Вечерняя Москва», «Известия», «Комсомольская правда» и др. Спортивные рубрики и вкладыши появлялись в них регулярно с начала 1920-х гг. Особенно заметными были публикации Льва Кассиля, Платона Ипполитова, Михаила Ромма, Бориса Чеснокова, Юрия Ваняты и др.

В 1930-е гг. повсеместно началось развитие спортивной инфраструктуры, увеличилось число массовых соревнований по различным видам спорта, а их качественное освещение в СМИ стало приоритетным направлением. «Физкультура и спорт» по праву считается первым массовым в СССР спортивным изданием. Тираж одного номера этого еженедельника, с 1930 по 1939 гг. называвшегося «Физкультура и туризм» и имевшего стабильную тематическую структуру, достигал 60 тыс. экз. Помимо материнского издания, редакция выпускала дифференцированные по группам читателей журналы «Теория и практика физической культуры», «Физкультурнист», «Физкультура в школе», «На суше и на море». Журнал опирался на разветвленную физкультурную сеть: 800 корреспондентов помогали освещать темы физкультуры и спорта в различных точках союзного государства, обличать сомнительные достижения в физкультурном движении на заводах и прочих предприятиях. Несколько схожих по названию журналов также выходили и в регионах.

Спортивные издания старались уделять внимание и зарубежным соревнованиям, однако информация чаще всего подавалась в виде сухих отчетов, редко включала аналитику. Это объяснялось тем, что долгие годы Запад не признавал СССР как государство, и у наших спортсменов не было возможности выезжать на международные соревнования. Руководители советского спорта не были уверены в силах своих спортсменов, в том, что они могут с самой лучшей стороны проявить себя на зарубежных соревнованиях. В связи с этим можно провести параллель с нынешней ситуацией в спортивном медиaproстранстве России. Вспомним, как перед зимней Олимпиадой в Пхенчхане ряд отечественных телевизионных каналов заявляло о нежелании покупать права на показ соревнований из-за возможного недопуска к соревнованиям россиян. И лишь после публичных заявлений ряда крупных политиков, в том числе президента В. В. Путина, а также уступок со стороны Международного олимпийского комитета, права на трансляцию были закуплены.

Еще одной причиной отсутствия международной спортивной повестки можно считать нежелание радикально настроенной части аудитории идти на ка-

кой-либо контакт с представителями буржуазного спорта. Из-за этого редакции спортивных СМИ находились в буквальном смысле слова между двух огней. Тем не менее новости из-за границы имели постоянное отражение на страницах спортивных изданий.

В предвоенное десятилетие спортивная журналистика становится действительно спортивной. Меняется тон и стиль публикаций, растет журналистское мастерство авторов — можно сказать, что именно в эти годы формируется журналистика «большого стиля», ставшая образцом для подражания и для современных спортивных публицистов.

В октябре 1933 г. был возрожден «Красный спорт», только не в виде привычного журнала, а в формате всесоюзной газеты, которая стала воплощением перемен в отечественном спорте. Этому способствовало развитие комплекса ГТО, научный подход в спорте и массовость, позволившие появиться целой плеяде талантливых спортсменов, а в будущем и тренеров, среди которых были братья Старостины и братья Знаменские. Кроме того, в 1934 г. было издано более 40 спецвыпусков газеты «Красный спорт», рассказывающих, например, о норвежских конькобежцах, о знаменитом Уимблдонском теннисном турнире и др. При этом публикации отличались жанровым разнообразием текстов, качественно подобранными фотоиллюстрациями.

В 1937 г. вышел первый номер специализированного журнала «Гимнастика», рассчитанного на всех причастных к спортивной гимнастике, впоследствии ставшей визитной карточкой советского спорта.

Однако события, происходившие в политической жизни страны в период с 1937 по 1939 гг., а также потрясения военных лет затормозили развитие спортивной журналистики в стране. В это время спортивные СМИ все чаще становились орудием в борьбе с политическими противниками властей. Часто целые номера «Красного спорта» были посвящены судебным отчетам и разоблачительным материалам. Чувствовалось приближение войны: спортивные издания пестрели специфическими заголовками — «Военный спорт в кружках физкультуры», «Военизируем водный спорт», «Как военизировать велоспорт» и т.п. В то же время в журнале «Физкультура и спорт» методические статьи соседствовали с беллетристикой — рассказами «Путь лыжных батальонов», «Один час героя», «Разведчик», «Лыжи боевые», «На границе» и др.

Местные периодические спортивные издания выходили, и в немалом количестве, уже в 1920–1930-х гг. Дифференцированные журналы и газеты, радиостанции и спортивные телепрограммы существовали в столицах союзных республик — в Киеве, Минске, Тбилиси, Алма-Ате, Ереване, Ташкенте и т.д. Менее крупные города (Томск, Екатеринбург, Донецк, Харьков, Гомель, Баку и ряд других), имевшие собственные спортивные клубы, также старались выпускать

спортивные издания. Помимо этого спортивные разделы были во всех региональных изданиях.

Послевоенную советскую массовую прессу представляли ежедневная газета «Советский спорт», еженедельник «Футбол-Хоккей», журналы «Физкультура и спорт», «Спортивная жизнь России», «Спортивные игры», а также спортивные разделы общественно-политических газет и журналов; радио и телевидение регулярно транслировало репортажи и отчеты с матчей и спортивных форумов (чемпионаты различных уровней, спартакиады, олимпиады).

Толчком такому развитию послужили события начала 1950-х гг., когда советские спортсмены стали полноправными участниками всех международных соревнований. Еще в 1948 г. в статье «Без грима», посвященной завершившимся в Лондоне Олимпийским играм, можно было прочесть следующее: «Олимпийский спектакль закончился. Но еще до того, как опустился занавес, сквозь румяна олимпийского грима проглядывали самые неприглядные черты буржуазного спорта» [6, с. 2]. Но уже буквально через пару лет ситуация кардинально поменялась.

Параллельно с усилением роли советских спортсменов требовалось подготавливать и специализированных спортивных журналистов, способных работать профессионально в отдельных видах спорта, разбираться более глубоко в их специфике. Итогом стало появление в 1950–1960-е гг. методических изданий, выпускаемых для развития отечественной школы спортивной журналистики в целом ряде видов спорта.

Так, в 1955 г. стартовал выход иллюстрированных ежемесячных журналов «Спортивные игры» и «Легкая атлетика». Издания освещали игровые и индивидуальные виды спорта: большинство видов легкой атлетики, баскетбол, водное поло, городки, теннис, хоккей с мячом и самые популярные в СССР футбол и хоккей с шайбой [7, с. 1]. Журналы были полезны не только спортсменам, но и методистам. Здесь же публиковались профессиональные обзоры с крупнейших международных соревнований.

Одним из самых знаковых событий для спортивной прессы СССР, а позднее и России, стал выпуск в 1960 г. приложения к «Советскому спорту», получившего название «Футбол». На 16 полосах помещалась серьезная аналитика, глубокий разбор футбольных матчей, а авторами издания выступали как журналисты, так и профессиональные спортсмены, выступавшие с экспертным анализом: бывшие и действующие футболисты и тренеры Борис Аркадьев, Константин Бесков, Валентин Бубукин, Валентин Гранаткин, Никита Симонян, Михаил Якушин и мн. др. Главные редакторы издания (сначала Мартын Мержанов, а после 1966 г. — Лев Филатов) привлекали к работе в «Футболе» знаковых журналистов, среди которых были Илья Бара, Юрий Ваньят, Александр Виттенберг, Геннадий Радчук, а также писатели Борис Полевой, Юрий Трифонов, Цезарь Солодарь, Ста-

нислав Токарев и другие. Заметим, что эта тенденция сохраняется сегодня, проявляясь повсеместно как в печатной, так и в мультимедийной журналистике.

Высокая популярность «Футбола» привела к тому, что к середине 1960-х гг. тираж одного номера издания достиг 3 млн. экз., хотя позже тираж пришлось сократить до 1200 тыс. экз., из-за чего еженедельник стал для жителей малых городов настоящим дефицитом. Позже, в 1967 г., «Футбол» был реорганизован в еженедельник «Футбол-Хоккей» (из-за популярности хоккея, ставшего почти национальным видом зимнего спорта, больших достижений в нем наших спортсменов, а также потому, что тогдашний генеральный секретарь КПСС Леонид Брежнев отдавал предпочтение именно хоккею).

Ряд упомянутых специзданий дополняли и другие: «Шахматы в СССР» (начал выходить в 1921 г.), «Физкультура в школе» (1958 г.), «Спорт за рубежом» (1960 г.), «Катера и яхты» (1963 г.), «Турист» (1966 г.), «64-Шахматное обозрение» (1968 г.). Отдельное место в этом ряду занимал ежемесячник «Спорт в СССР», выходивший на шести иностранных языках. Помимо этого собственные спортивные издания имелись в ряде союзных республик: журнал «Физкультура и спорт» и «Спортивная газета» в Киеве, газета «Физкультурник Белоруссии» в Минске, газета «Физкультурник Армении» в Ереване, газета «Лело» в Тбилиси, газета «Спорт» в Алма-Ате, «Спортс» в Риге, «Спортивная жизнь России» в Москве и др. Местная пресса старалась не отставать от центральных изданий и также приглашала в качестве авторов известных спортсменов, тренеров и прочих спортивных организаторов.

Большое внимание спортивной тематике уделяли всесоюзные общественно-политические газеты и журналы. Профессиональный отклик на важнейшие спортивные события давала «Правда» (Лев Лебедев и Владимир Хотинский), «Комсомольская правда» (Николай Киселев и Павел Михалев), в «Известиях» трудился спортивный обозреватель Борис Федосов, на полосах этого издания можно было прочитать корреспонденции о зарубежном спорте Мэлоора Стурра. Спортивный отдел «Труда» долгие годы возглавлял Юрий Ваньят.

О спорте на постоянной основе писали и журналы «Огонёк», «Здоровье», «Смена», «Работница», «Крестьянка» и т.д.

Позднее увлеченность спортом привела к уникальной ситуации, когда по примеру западных журналов, например *L'Équipe* («Экип»), советские издания становились инициаторами собственных массовых спортивных состязаний. Среди них были эстафета «Вечерней Москвы», соревнования среди прыгунов в воду от «Комсомольской правды», международный хоккейный турнир под эгидой «Известий», а «Пионерская правда» вместе с известными советскими спортсменами стала инициатором проведения детских турниров «Кожаный мяч» и «Золотая шайба».

У журналистики полувековой давности было несомненное преимущество: она сознательно стремилась к публицистике, к «большому стилю». Неслучайно многие из спортивных журналистов становились со временем писателями, а писатели (например, упоминавшийся выше Юрий Трифонов) охотно обращались к спортивной теме. Нередко и знаменитые спортсмены (Николай Озеров, Юрий Власов, Виктор Понедельник, Александр Иваницкий, братья Борис и Евгений Майоровы и мн. др.) приходили и утверждали как настоящие профессионалы в спортивной литературе и журналистике.

Яркие человеческие индивидуальности находили выражение в оригинальном стиле, и читатели, зрители, слушатели вольно или невольно отмечали это. Не потому ли у спортивной прессы тех лет были многомиллионные тиражи, а у электронной журналистики — многомиллионная аудитория? Понятно, что такой популярности способствовали прежде всего достижения советского спорта, опиравшегося на систему бесплатных детских секций, школ спортивного мастерства, спортивных интернатов, а также бесплатность телевизионного и радиовещания, дешевизна газет и журналов. Следует заметить и то, что специализированная спортивная периодика по преимуществу была представлена лишь центральными (сегодня сказали бы — федеральными) изданиями. Хотя во всех областных, городских и молодежных (сегодня сказали бы — региональных) газетах отделы спорта были обязательными.

Итак, журналистика «большого стиля» зарождалась в послевоенный период, когда в отсутствии современных технологий спортивным журналистам — комментаторам, обозревателям, репортерам — приходилось использовать весь арсенал выразительных художественно-публицистических средств, чтобы донести до аудитории как можно более точную, красочную, а главное — объективную информацию. Мастерство спортивного журналиста заключалось в доскональном анализе текущего события (матча, спортивного форума), в изучении личности конкретного спортсмена, в полном погружении в «материал» и вычленении самого существенного. Находясь в жестких рамках советской цензуры, когда ни единое лишнее слово не должно было попасть в эфир (особенно при прямом включении) или на страницы печатных изданий, журналистам приходилось годами оттачивать свое мастерство, прибегая к аллегориям, аллюзиям, использовать подтекст, возможности контекста, совершенствовать индивидуальный стиль и т.д.

Спортивная журналистика преследовала высокие цели, обладала высокой степенью публицистичности, просвещала свою аудиторию, поскольку отсутствие коммерческой составляющей не обременяло профессионалов, вовлекая их в гонку за рейтингами. Спортивные комментаторы и спортивные публицисты становились подлинными кумирами

миллионов болельщиков. Слово — письменное или звучащее — было главным орудием журналистов, главной задачей — понимание обозреваемого соревнования. Например, Николай Николаевич Озеров, будучи актером тетра, обладал несомненной харизмой, прекрасно владел дикцией, великолепно разбираясь к тому же в спорте: ведь он был многократным чемпионом СССР по теннису, играл в футбол, хоккей, баскетбол. Поэтому в компетентности Озерова никто не сомневался — более того, к нему прислушивались сами спортсмены, ревностно относящиеся к критике «из вне».

Популяризация в сочетании с продуманной государственной политикой в области физкультуры и спорта давала свои плоды (приоритет здорового образа жизни, уважение к спортсменам, подлинный, а не «квасной» патриотизм и др.). Отношение государства к спорту в те годы поражаало многих западных специалистов. В одном из своих интервью прославленный советский прыгун в длину, а позже и тренер Игорь Тер-Ованесян рассказывал о том, как удивлялся один из иностранных коллег, узнавший, что страна сама оплачивает круглогодичные сборы спортсменов. Такая политика имела место и по отношению к юным спортсменам.

К началу 1980-х гг. в СССР постоянно выходило более трех десятков спортивных изданий, тиражи которых сохраняли рост: «Советский спорт» (с 4 млн. экз. являлся мировым лидером по тиражу среди спортивных печатных СМИ), «Футбол-Хоккей» (более 1 млн. экз.), журнал «Физкультура и спорт» (500 тыс. экз.), «Легкая атлетика» и «Спортивные игры» (от 150 до 200 тыс. экз.).

В это же время, как отмечают ряд исследователей, и в частности К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко, можно было говорить о периоде застоя, наблюдаемом не только в общественно-политическом устройстве, но и в спортивной журналистике. В глаза бросалась схожесть спортивных изданий — их явная унифицированность обуславливалась тем, что больше половины всей спортивной периодики выпускалось в издательстве «Физкультура и спорт». Стереотипность материалов, заголовков, иллюстраций была свойственна большинству централизованных СМИ в СССР в 1980-е гг., что диктовалась парадностью, характерной для печати тех лет. Особенно сильно это было заметно в иллюстративном оформлении обложек. Е. Г. Грингаут в своей статье «Остановись, мгновенье!» отмечал: «Помпезность решения большинства подобных иллюстраций, их постановочный характер, явная социальная ретушь приводили к тому, что образ нашего современника лишался многих черт, упрощался, усреднялся <...> Советские спортсмены с белозубыми улыбками, стоящие непременно на высшей ступеньке пьедестала почета

с медалями и лавровыми венками, стали своеобразными двойниками беззаботных «рабочих-передовиков»!» [8, с. 8]. Большинство специалистов приходило к осознанию того, что в спортивной журналистике назрело время если не для кардинальных перемен, то хотя бы для перезагрузки.

Одними из первых, кто решился на перестройку, стала редакция еженедельника «Футбол-Хоккей». Это случилось благодаря выходу в 1990 г. Закона СССР «О печати и других средствах массовой информации», ликвидировавшего монополию государства в сфере печати, отменившего цензуру и упростившего процесс регистрации СМИ. Летом 1990 г. чемпионат мира по футболу в Италии начинал освещать «Футбол-Хоккей» под руководством главного редактора Виктора Понедельника, а заканчивал рассказ о мундиале уже новый еженедельник «Футбол» во главе с Олегом Кучеренко. Похожая ситуация произошла годом позднее в редакции легендарной газеты «Советский спорт», когда летом 1991 г. часть его бывших сотрудников решила основать новое издание под названием «Спорт-экспресс». В новорожденной газете плодотворно работали Елена Вайцеховская, Владимир Кучмий, Лев Россошик, Сергей Микулик, Владимир Титоренко, Борис Тосунян и многие другие видные спортивные журналисты. Впоследствии на базе «Спорт-экспресс» образовалось одноименное ЗАО, выпускавшее сразу несколько печатных изданий.

Вторая половина 1990-х гг. запомнилась проблемами российских спортивных СМИ, чье благосостояние напрямую зависело от рекламных бюджетов, упавших почти в два раза после августа 1998 г. Прекратили существование газета «К спорту!», журнал «Гонг» (издавался с 1989 года), ряд изданий футбольной периодики, к 2001 г. прекратили работу практически все дополнительные проекты ЗАО «Спорт-экспресс». Тем не менее к началу 2000-х гг. в стране насчитывалось 524 спортивных печатных издания: 257 газет, 249 журналов и 24 общероссийских издания спортивной тематики, включая альманахи, сборники и бюллетени [9, с. 8].

Завершая полувековой этап своей жизни, отечественная спортивная журналистика пришла к ее нынешнему положению, которое отмечено переходом большинства периодических изданий на многоцветную печать, моделированием содержания и формы, использованием различных жанров текстовых и иллюстрационных материалов, включая новые, например информационную графику. Изменилась стилистика текстов, ставшая более демократичной. СМИ стали целенаправленно бороться за своего читателя, стараясь быть современными. Так появление мультимедийных СМИ поменял характер контента и в печатных журналах и газетах, которые перешли от информационного к преимущественно аналитическому характеру публикаций. Начинался новый этап в жизни спортивной прессы России.

Спортивная журналистика по-прежнему реализует те объективно существующие возможности, которые давал и дает спорт: телезрители вместе с создателями и участниками уникального события являются и его свидетелями, и его оценщиками. Причем аудитория одновременно оценивает и работу журналиста-комментатора, всего журналистского коллектива. То же — с периодической печатью, где происходит тот же процесс, но в отложенном режиме. Тем не менее спортивная журналистика меняется, эволюционирует, как и сам спорт. Так новая экономическая и технологическая ситуация привела СМИ к мультимедийности и конвергентности, к приоритету прямого эфира, к съемке со множества точек и др.

Разветвленная типология спортивных СМИ позволяет аудитории выбрать развлекательное или аналитическое издание, издание с большим количеством иллюстраций или издание сугубо хроникально-статистическое. Если прежде «Советский спорт» оставался, по сути, единственной массовой специализированной газетой, синтезируя спортивную информацию с публикациями физкультурно-медицинской тематики и рассчитывая преимущественно на мужскую аудиторию, то в постперестроечное время проявились тенденции универсализации и дифференциации, а также регионализации. Так, в свое время в Самаре на базе газеты «Спорт-Экспресс» выходили газеты «ССО» и «Спортивное обозрение», а затем — «Самара-Спорт-Экспресс» и «Советский спорт в Самаре» [10].

П. Воронков, исследуя спортивную печать, пришел к выводу, что мужчины и сегодня составляют 75% потребителей спортивной информации, но женская аудитория ежегодно неуклонно возрастает. Возрастные предпочтения таковы: читатели до 14 лет — 6%, от 15 до 22 лет — 2%, от 23 до 35 лет — 23%, от 36 до 55 лет — 35%, от 56 и старше — 16%. Большинство женской аудитории приходится на возрастной отрезок между 15 и 35 годами. П. Воронков высказал продуктивную мысль, что, помимо традиционных социальных, спортивная пресса выполняет такие специфические функции, как установка на эскейпизм и функция эмоциональной мены [10].

Период после распада Советского Союза и до 2000 г. стал волнообразным, когда на рынке российской периодики порой происходили молниеносные метаморфозы. В первые годы жизни современной России на карте спортивных СМИ появлялось и пропадало немалое количество печатных СМИ. В середине 1990-х гг. на свет вышли специализированные издания «Бридж в России», «Горные лыжи», «Динамо-футбол», «Мода и спорт», «Парашют», «Хоккейная неделя», «Теннис+» и мн. др. Большинство из них оказались изданиями-однодневками, порождаемыми энтузиастами и бизнесменами, хотя некоторые издания выходят и сегодня. Кроме того, в страну приходят иностранные журналы, из-

дающиеся на русском языке, — Golf Digest, Iron man, World Soccer и др.

Развитие спортивной прессы в первом десятилетии нового века во многом было предопределено ролью государства в жизни физической культуры и спорта в целом по стране. В начале двухтысячных годов благодаря госпрограмме «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации» и сопутствующим ей мероприятиям освещение спортивных событий и углубление роли спорта в жизни страны стало приоритетным направлением. Основной тенденцией на рынке спортивных СМИ стало укрупнение компаний, занимающихся выпуском специализированной прессы. Такими крупными медийными корпорациями стали ЗАО «СпортАкадемПресс», Independent Media, Global Media Group, «Проф-Медиа», «Газпром-медиа», ИД «Комсомольская правда» и др.

Появились гляцевые журналы PROSport, SportWeek, TotalFootball и др., особенностью которых стал развлекательный характер подаваемой информации, соседствующей со статистическими выкладками и качественной инфографикой. Умение «вкусно» подавать спортивный контент и наличие интерактивных элементов позволили журналам погружать читателя в мир спортивной статистики без потери интереса.

Конкуренцию гляцевым спортивным журналам по-прежнему составляли привычные для читателя газеты. В двухтысячных годах основными игроками здесь выступали, как и десятилетием ранее, «Советский спорт» и «Спорт-экспресс», а также присоединившиеся к ним знаменитый еженедельник «Футбол» и санкт-петербургская газета «Спорт день за днем».

«Советский спорт» к 2007 г. заметно увеличил географию распространения, перешел на полный цвет, сохранил невысокую цену, сумев по показателям тиража обойти своего главного и амбициозного конкурента «Спорт-экспресс». Последний тем не менее не потерял былой популярности и сохранил практически весь авторский состав, пополнив его Борисом Левиным, Игорем Рабинером, Константином Клещевым, Александром Беленьким и др.

Однако в борьбе за лидерство в соперничестве спортивных газет смог победить возрожденный еженедельник «Футбол». После 2007 г. у него несколько лет подряд фиксировался самый большой тираж. Благодаря работе главного редактора Петра Каменченко издание изменило дизайн, начало выходить на качественной бумаге и в цветном исполнении. На страницах «Футбола» Каменченко вел рубрику «Обратная связь», где общался с читателями и от-

вечал на их вопросы, связанные с футболом. Кроме этого, редакция выпускала в качестве приложения к основной газете ежемесячный журнал «Великие клубы», в котором рассказывалось о лучших футбольных командах России и Европы.

Такое динамичное развитие спортивной прессы было омрачено очередным финансовым кризисом, из-за которого издания потеряли большинство рекламных контрактов. «Советский спорт» и «Спорт-экспресс» впоследствии потеряли примерно половину тиража. «СЭ» после смерти своего бессменного редактора Владимира Кучмиев вошел в затяжной кризис, последствия которого газета испытывает до сих пор. Решением ряда проблем, связанных с уходом аудитории в Интернет, стал плавный переход спортивных редакций в конвергентный формат, когда издания начали обзаводиться собственными интернет-редакциями. Хотя на первоначальном этапе содержание газеты и сайт мало чем различались, позже они все-таки стали самостоятельными органами печати, вступив в борьбу с лидерами рынка спортивных интернет-порталов — sports.ru и championat.com.

ЛИТЕРАТУРА

1. Войтик Е. А. Спорт как тема в провинциальной прессе в XIX в. / Е. А. Войтик // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. — 2015. — № 1.
2. См. материалы, опубликованные в журнале «Вестник Европы»: «Воздушные шары» (1802, № 10); «Воздушное путешествие» (1802, № 10); «Новая шашечная игра» (1803, № 1), «О бое быков в Испании» (1804, № 2).
3. Смирнов В. С истинно русским размахом вкладывали в спорт наши предки / В. Смирнов // Спортивная жизнь России. — 1992. — № 3.
4. Алексеев К. А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — М., 2013.
5. Семашко Н. О наших изданиях / Н. Семашко // Известия физической культуры. — 1924. — № 22.
6. Дивин В. Без грима / В. Дивин, М. Славин // Физкультура и спорт. — 1948. — № 9.
7. К читателям // Спортивные игры. — 1955. — № 1.
8. Грингаут Е. Г. «Остановись, мгновенье!» / Е. Г. Грингаут // Спорт в зеркале журналистики. — М., 1989.
9. Рожков А. П. Развитие физической культуры и спорта — приоритетное направление социальной политики государства / А. П. Рожков // Теория и практика физической культуры. — 2002. — № 1.
10. Воронков П. Спортивная пресса как тип. Исследование современного этапа в России / П. Воронков // Самиздат, 2009. — http://samlib.ru/w/woronkow_p/sport_press.shtml (дата обращения: 30.04.18).

ЖУРНАЛИСТИКА И ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В. В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 15 декабря 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается журналистика новейшего времени, новые редакционные специализации, а также инновационные методики обучения будущих медиаспециалистов.

Ключевые слова: журналистика, социальные сети, SMM-отдел, SMM-менеджер, SMM-редактор, SMO-специалист, SEO, SMC-менеджера, сайт, мультимедийный портал, корпоративный блог, конкурс, фестиваль.

Abstract: the article deals with journalism of modern times, new editorial specialization, as well as innovative methods of teaching future media professionals.

Keywords: journalism, social networks, SMM-Department, SMM-Manager, SMM-editor, SMO-specialist, SEO, SMC-Manager, website, Multimedia portal, corporate blog, contest, festival.

Журналистика и социальные сети. О том, что журналистика, если не умерла, то постепенно исчезает, сегодня говорят на самых разных уровнях, вкладывая в высказывания порой противоположные смыслы: публицисты скорбят по поводу исчезновения качественной журналистики [1; 2], чиновники и некоторые добровольные проводники их идей [3; 4] почти приветствуют этот процесс. К счастью, есть и другие мнения: так, Е. Л. Вартанова, соглашаясь с тем, что у журналистики есть сервисный компонент, настаивает на общественном статусе журналистики, производящей духовные и виртуальные ценности. При этом, замечает медиаэксперт, журналистика «не может быть приравнена ни к химчистке, ни к ресторану. Они обслуживают определенную группу индивидуальных пользователей, а журналистика обслуживает общество в целом. <...> Это сервис особого рода, под который постиндустриальные ученые не разработали теорию. Хотя такая теория есть — теория общественного согласия» [5]. К ученому присоединяется и практик — главный редактор журнала «Афиша» Д. Трабун, считающий, что миссия журналиста всегда остается одинаковой: «Журналистика — социальный институт, помогающий держать баланс в обществе. Из-за определенных событий ей приписывают другие функции, в том числе обслуживания власти. Статья становится пропагандой, когда в сюжете у автора не случается просветления. Когда оказывается, что место рецензии занял анонс, а даже большое новостное агентство не потрудились для острой новости собрать три источника с разными мнениями по вопросу. Почему-то мы часто забываем, что журналистика — это рассказывание историй,

где случаются драматические моменты понимания и озарения, что и является выходом за рамки своего коридора, своего туннеля» [6].

Решая традиционные задачи, современная журналистика не может игнорировать факт развития медиатехники, социальных сетей и так называемой гражданской журналистики. Поэтому редакции, а также ведущие журналисты уже не факультативно, а в обязательном порядке начинают использовать соцсети («ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир», Facebook, Twitter, Instagram, видеохостинг Youtube и др.) в своей работе, регистрируя на них свои официальные страницы. Главная причина — усиление конкуренции между СМИ, борьба за аудиторию. Развивая и расширяя контакты с аудиторией, налаживая обратную связь, журналисты и редакции в целом повышают эффективность и действенность публикаций.

Победное шествие социальных сетей по интернету началось десять лет назад. В них каждый пользователь получает возможность не просто творить и общаться, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией (при этом сохраняется самая разнообразная и в больших объемах информация: тексты, рисунки, фотографии, видео и аудиоматериалы).

Для одиноких или больных людей социальные сети — это настоящее «окно в мир», порой единственный источник душевного тепла и даже практический помощник, упрощающий и удешевляющий процесс, например тех же покупок или междугородних переговоров.

В сетях люди находят друзей по интересам и единомышленников. Некую обезличенность в общении также можно пометить плюсом, поскольку иной интернет-собеседник в реальной жизни может раздражать.

Общаясь с зарубежными друзьями, можно улучшить свои знания в иностранном языке. А еще практически все социальные сети учат милосердию и волонтерству.

Критики же соцсетей говорят следующее: постоянно находясь в интернет-пространстве, люди уходят в вымышленный мир, что не может компенсировать живого общения, в том числе с членами семьи и друзьями. Это особенно опасно для подростков, которые, не приобретая навыков реальной коммуникации, не в состоянии социализироваться. Они зачастую выглядят неадекватными, и, приобретая психологические комплексы, необратимо травмируются.

Зависимость от социальных сетей приводит к трате полезного времени. Вот мнение одного из бывших активных пользователей: «Я — взрослый человек, начал ловить себя на том, что жду не дождусь, когда появится возможность заглянуть на свою страничку в интернете. Меня к компьютеру тянуло гораздо сильнее, чем к жене и сыну! Я на работе перестал успевать дела делать. Приходил с утра, заходил в сеть, глядь, а уже вечер наступил. Чем весь день занимался — непонятно. В общем, принял волевое решение — удалил свою страничку из сети. Теперь я туда ни ногой. Пустая трата времени, и больше ничего. Ведь многодневное зависание в сети ничем меня не обогатило. Я не стал умнее, я не стал лучше. Просто тратил свою жизнь на какие-то глупости. А ведь, в сущности, какое мне дело, что подумают обо мне совершенно незнакомые люди. Какое мне дело до того, как они выглядят и что они говорят? Зачем я отказывался от общения со своими близкими и друзьями ради того, чтобы поговорить ни о чем с людьми, чьих имен-то я не знаю, только псевдонимы какие-то? Я прекрасно понимаю, что многим социальные сети нужны для зарабатывания денег. Чем больше посетителей на твоей странице, тем больше возможностей для заработка на той же рекламе, например. Но тем, кто ищет в сети не заработок, а общение, лучше туда не соваться. Душевного тепла вы там не найдете, только время зря потеряете».

Противники соцсетей так же считают, что:

— в сети человек привыкает приукрашивать действительность и показывать себя более красивым, более успешным;

— люди, предпочитающие общение через интернет, рискуют в жизни навсегда остаться одиночками;

— человек, ведущий дискуссии в соцсетях на повышенных тонах, порой и с применением ненормативной лексики, непременно переносит такую манеру в жизнь, повышая уровень агрессии в обществе.

При этом он, знающий, что его могут прочитать миллионы, но абсолютно не стесняющийся своего сознательного оголения и намеренного хамства, становится, во-первых, критиканом, во-вторых, неадекватным человеком.

Итак, социальные сети — благо, если они необходимо используются для личностной и деловой коммуникации, рассматриваются как имиджевый инструмент и средство продвижения прогрессивных идей. Если же они начинают замещать реальную жизнь, отнимать время и нервы, если они собирают лишнее количество личной информации о человеке, способствуя потере конфиденциальности, то следует признать, что они начинают причинять вред людям, которым необходимо срочно избавляться от такой болезненной зависимости. То есть важно контролировать процесс, чтобы не заразился не только ваш компьютер, через соцсети затмевающий реальность и убивающий время, плохо влияющий на зрение и способствующий появлению неадекватных знакомцев, но и вы как пользователь.

Социальные сети могут выполнять ряд функций журналистики — *информационную, коммуникационную и рекреативную*, но функции, связанные с направленным профессиональным воздействием (*идеологическая, культурно-образовательная и организаторская*) если и реализуются в социальных сетях, то лишь в усеченном и хаотическом виде.

Стоит ли опасаться журналистам блогеров? Отнюдь.

На наш взгляд, блогеры и социальные сети существовали даже в те времена, которые ученые относят к прото- или пражурналистике. На Руси их называли каликами перехожими, за границей — странниками, которые со временем становились профессиональными нувеллистами (кстати, в толковом словаре В. Даля «калика» определяется как «странствующий, нищенствующий богатырь» — видимо, и тогда, чтобы отстаивать слово правды, требовалась силушка великая...).

К тому же не стоит путать любительство и профессионализм. Первый зависит только от своего настроя: захочу — напишу, не захочу — не напишу, а уж проверять факт на достоверность — увольте: слухи порождаем, слухами питаемся...

Профессионализм же подразумевает ответственность, и прежде всего — перед аудиторией. Девиз профессионала: «Качественная информация — в срок!» Подлинный профессионал осознает и следует миссии журналистики как духовно-практической и социально ответственной деятельности.

Тот журналист профессионал, который:

- разделяет факт и комментарий;
- осторожно пользуется версиями (особенно если это касается острых конфликтных ситуаций);
- понимает, что такое «этичность позиции», «толерантность» и «сбалансированность точки зрения».

Тот журналист профессионал, который:

- использует достаточное количество конкретных, а не анонимных источников;
- проявляет осмотрительность, но не в ущерб оперативности;

- правдив и способен признавать ошибки, если таковые, увы, были им допущены.

То, что пользователи социальных сетей выступают в различных ролях — *публикаторов* (очевидцы, ретрансляторы, републикаторы, коллекторы, координаторы, комментаторы, эксперты, сатирики, публицисты) и *реципиентов* (коммуникаторы, комбинаторы) [7], можно посчитать одной из причин отмирания журналистской профессии, а можно рассматривать как один из современных факторов развития журналистики. Присутствие в информационном пространстве активной аудитории абсолютно не противоречит производственно-творческому и индивидуально-коллективному характеру журналистского труда. Журналистам следует использовать явление блогерства, как в свое время они активно использовали читательские письма. Более того, если блогер станет последовательно развивать набор врожденных и благоприобретенных качеств (оперативность, аналитизм, объективность, коммуникабельность, трудолюбие, креативность, эрудированность, владение устным и письменным словом, умение вести полемику, поддерживать дискуссию, умение работать в команде и по жесткому графику, потребность рассказывать, умение создавать оригинальный информационный продукт), если он будет систематически производить и транслировать массовую информацию, то он неизбежно превратится в профессионала.

Правда, есть еще несколько условий: сознательное следование профессиональным и этическим стандартам и соответствие прикладным профессиональным требованиям: владение родным, русским, и иностранным языками; требование универсальности (умение работать на разных платформах); требование технической подготовленности (умение работать на компьютере, с фото-, аудио- и видеоаппаратурой и др.) и требование медиаправовой подготовки.

Наконец, журналист-профессионал отличается также особыми человеческими качествами: гражданственность, пассионарность, ответственность, честь и достоинство, смелость и мужество.

Новые специализации в журналистике. В редакциях уже вводятся новые подразделения: SMM-отдел (*Social Media Marketing — маркетинг в социальных сетях*) и должности (SMM-менеджер), ведь от журналистов, взаимодействующих с социальными сетями, требуются новые навыки и компетенции, проявляющиеся в условиях конвергентной деятельности (работа в соцсетях, умение готовить сообщения в разных форматах и для разных платформ). Конвергенция в журналистике предполагает: а) учет специфики и эффективное использование существующих видов каналов передачи информации (печать, радио, телевидение, интернет); видов и типов СМИ (газеты, журналы, радио- и телепрограм-

мы, сайты, порталы), а также различных платформ (приемники, телефоны, компакт-диски и др.); б) сочетание традиционных и новых технологий в поиске, обработке и трансляции информации.

Что касается аудитории средств массовой информации, то редакции сегодня активно занимаются SMM (*Social Media Marketing*), т.е. маркетингом в социальных сетях, продвижением своих информационных продуктов через различные социальные платформы, иначе — сегментированием рынка и позиционированием своих СМИ.

Появляются новые специальности и специализации: например, SMM-менеджер (SMM-редактор) решает задачи, связанные как с расширением аудитории СМИ за счет привлечения пользователей социальными сетями, так и с укреплением положительного имиджа своего СМИ. На него же возложена задача по минимизации эффекта от «черных PR-технологий» недобросовестных конкурентов и негативно настроенных индивидуумов.

На основе анализа аудитории той или иной социальной сети SMM-менеджер подбирает те из них, которые подойдут его СМИ. Затем SMO-специалист (*Social media optimization*) займется оптимизацией сайта СМИ под данный набор социальных сетей. Это значит, что он предлагает такую структуру сайта, которая позволяет выделить из контента СМИ наиболее существенное, актуальное, оперативное, что он внедряет варианты мгновенного распространения и комментирования важной информации среди подписчиков, что он советует, как сделать дизайн и навигацию наиболее функциональными.

Если SMM-менеджер занимается прежде всего расширением аудитории за счет привлечения новых друзей из социальных сетей, то SMO-специалист делает все, чтобы удержать аудиторию на сайте. При этом и тот и другой занимаются SEO (*search engine optimization*) — комплексом мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам.

Появление новых профессиональных установок говорит о том, что редакции должны находить работников, владеющих журналистским мастерством и учитывающим современные тенденции в журналистике (конвергентность, визуализация и т.п.), а также обладающих определенными техническими навыками, позволяющими увеличивать количество просмотров контента СМИ.

Эксперты говорят и о необходимости включения в штатное расписание современной редакции SMC-менеджера (*Social Media Curator*) — специалиста, в задачи которого входит «разделять информацию и мнение, вычленять подлинные источники и через ретрансляцию, поддержку, эмоциональные инструменты «приручить», вписать в существующий контекст или сложить из таких источников отдельный контекст» [8]. Понятно, что в сетевой журналистике

больше всего новых специализаций (мультимедиа-сторителлер, информационный режиссер и др.), но они будут востребованы и в редакциях традиционных СМИ, имеющих, как минимум, сайты в интернете.

Инновационные образовательные методики. Под инновационными технологиями в образовании понимаются новые способы и методы взаимодействия педагогов и учащихся, обеспечивающие высокие результаты обучения. То есть речь идет об эффективности и действенности педагогической деятельности, зависящих от внешних и внутренних факторов. Рассмотрим лишь один из факторов, относящийся к первой группе, — *технологический*, сделав акцент на возможностях, которые предоставляет медиапедагогу современная техника [9].

Компьютерная техника в настоящее время используется в качестве средства и инструмента обучения, в качестве средства творческого развития студента и средства автоматизации процессов контроля, коррекции, тестирования и психодиагностики. Правильное применение мультимедиа обеспечивает получение более полной и достоверной информации об изучаемом материале, повышает роль наглядности в учебном процессе, позволяет использовать аудио- и видеoinформацию, дополняющую текстовый материал и т.д.

Так, на факультете журналистики Воронежского государственного университета практически все аудитории, а также кабинеты и кафедры оснащены компьютерами, проекторами и экранами, что позволяет лекторам при необходимости применять презентацию. В тех аудиториях, в которые проведен интернет, любое занятие может включать примеры из Сети.

Факультет зарегистрировал и активно использует в учебно-воспитательном процессе следующие ресурсы: сайт ВГУ (<http://www.vsu.ru>), сайт факультета журналистики (<http://jour.vsu.ru>), городской студенческий портал «5 сов» (<http://5-sov.ru/blog/sport/9.html>), блог кафедры рекламы и дизайна aDDetails (<https://addetails.wordpress.com/>), группы «ВКонтакте» (https://vk.com/jour_vsu; <https://vk.com/vsutv>; <https://vk.com/radionavigator>; <https://vk.com/radionavigator>; <https://vk.com/jourfuk>; https://vk.com/ad_design_vsu; <https://vk.com/public69298606>; <https://vk.com/mymedialive>; <https://vk.com/aud201>; <https://vk.com/frogfest>; <https://vk.com/club79143175>).

Остановимся на некоторых из них.

Сайт факультета журналистики ВГУ. Преимущества веб-сайта как инструмента обеспечения вузовской деятельности очевидны: информационная мобильность, общедоступность, а также мультимедийность. В настоящее время это наиболее эффективное средство позиционирования направлений и специальностей на рынке образовательных услуг, привлечения абитуриентов, спонсоров, партнеров, обеспечения узнаваемости «марки», оперативного разрешения проблем и обратной связи.

Несколько лет назад Рекламный центр ВГУ провел исследование сайтов всех 18 факультетов с точки зрения их содержания и формы. Система оценки эффективности сайтов была разработана в соответствии с современными методиками [10; 11]; для определения индекса цитируемости, а также определения присутствия сайтов в каталогах был использован сервис CY-PR.com [12]. Эксперты определили такие группы актуальных оценочных параметров, как контент; удобство пользования; дизайн; наличие полезной информации; технологический аспект и популярность.

Исследовательская группа сформулировала общие рекомендации по повышению эффективности факультетских сайтов ВГУ, и первая из них — необходимость регулярного обновления новостей. При этом новости должны были отвечать требованиям оперативности, эксклюзивности, значимости для конкретной целевой группы.

Мультимедийный портал студентов Воронежа. Кафедра теории и практики журналистики ВГУ создала мультимедийный портал студентов Воронежа, где представлены классический и альтернативный взгляды на самые актуальные новости, культурные и спортивные события, учебу и отдых. Для журфака портал — своеобразная «клиника при университете», уникальная учебно-производственная площадка, социальный проект, созданный студентами и преподавателями факультета журналистики ВГУ. В разделе, посвященном всему проекту размещены приглашение стать автором и Stylebook (руководство к действию на портале), а также клики «График дежурств и календарь событий», «Баллы», «Какие новости нам нужны?», «Какие заголовки нам нужны?» и «Какие фото нам нужны?».

В 2018 г. в рамках финальных мероприятий окружного этапа X Всероссийского конкурса средств массовой информации «СМИротворец» на лучшее освещение вопросов межнациональных и этноконфессиональных отношений (по Центральному федеральному округу) выделялись лучшие СМИ. Третье место в номинации «Интернет» занял студенческий портал «P.S. — Пять сов». Победу ему принесли работы магистранта факультета журналистики, выпускницы Школы межнациональной журналистики Анастасии Картавцевой. В этом году на окружной этап по ЦФО было представлено 2500 работ из регионов Центрального федерального округа, кроме Москвы.

Корпоративный блог подразделения вуза как мультифункциональная образовательная площадка [13]. Блог кафедры рекламы и дизайна ВГУ aDDetails (<https://addetails.wordpress.com/>) был запущен 1 сентября 2015 г. и рассматривался изначально как имиджеформирующий инструмент взаимодействия с внутренними и ближайшими внешними аудиториями факультета журналистики. Цель — создание коммуникационной площадки, которая позволяла бы вза-

имодействовать как внутри факультета (между студентами), так и за его пределами (между факультетом и рынком труда), а также — фиксация этих процессов в виде живых историй. Спустя год работы создатели блога поняли, что его имиджевый потенциал полностью уравнивается сопоставимым объемом образовательных функций. Сегодня эта площадка позволяет реализовывать абсолютно все виды деятельности, отраженные во ФГОС коммуникационных направлений, а именно: авторский, маркетинговый, организационный и технологический виды деятельности.

«Битва журфаков» как инновационная образовательная методика с соревновательной основой [14]. Соревнование студентов факультетов журналистики вузов РФ «Битва журфаков» стало формой инновационной образовательной методики с соревновательной основой и позволило приблизить образовательные процессы на факультетах, отделениях, кафедрах журналистики российских вузов к «земле», реальности. Одновременно проект сделал учебный процесс живее и ярче. При этом в ходе реализации проекта была оказана информационно-социально-культурная помощь локальным территориям РФ — малым городам и сельским районам.

Первая «Битва журфаков» прошла на территории Воронежской области. Участие в проекте приняли вузы из 23 регионов РФ от Калининграда до Благовещенска. В ареопаг, или, иными словами, экспертный совет конкурса, вошли авторитетные журналисты страны и области.

В результате первого — заочного — этапа (по сумме экспертных баллов за портфолио и кейсы) определились победители и призеры в каждой из номинаций (порядка 30–35 человек) и шесть команд финалистов. В очном, финальном, этапе «Битвы журфаков» 2018 г. команды (5 студентов + 1 преподаватель) отправились на три дня в журналистскую экспедицию в один из муниципалитетов Воронежской области. Такой точкой на карте региона стал Павловск, небольшой город, районный центр.

Команды заранее готовились к командировке, изучали социокультурную ситуацию на локальной территории, делали «домашние заготовки». В течение трех командировочных дней для команд проходили обучающие мастер-классы от экспертов проекта.

Ключевым моментом проекта стала большая соревновательная игра по методике «тотальная журналистика» с акцентом на решении социокультурных проблем.

В онлайн-режиме работали и эксперты, оценивая материалы финалистов по мере их появления в ленте. Был и онлайн об онлайн. Десяток корреспондентов городского студенческого портала «P.S.— 5 сов» вели свою онлайн-ленту о финале проекта, вели стримы мастер-классов и церемонии награждения, тем самым также в реальных условиях отрабатывая навыки мультимедийной журналистики.

Фестиваль как праздник и учебный метод [15]. Популярность студенческих фестивалей объясняется, во-первых, важностью таких вузовских мероприятий, в ходе которых теоретические знания проверяются практикой, реализуются профессиональные навыки (учебно-методическая задача); во-вторых, на победителей и лауреатов обращают особое внимание представители отрасли, приглашаемые в жюри, и работодатели (профессиональное ориентирование); в-третьих, успех подобного форума гарантируется мобильностью и творческим потенциалом молодых участников (социальный и творческий аспекты); в-четвертых, если комплексное мероприятие проводится ежегодно и в течение многих лет, становятся очевидными его высокие имиджевые возможности (рекламная и маркетинговая цели).

На факультете журналистики Воронежского государственного университета с 2010 г. проходил Всероссийский конкурс вузовского аудио- и видеотворчества *Rec'ord*, с 2011-го — фестиваль студенческой рекламы *FROG*. В 2017–18 учебном году два форума были объединены в один — в международный фестиваль-конкурс журналистов, рекламистов и пиарменов «Жизнь в творческом полете!». И он успешно решил поставленные цели и задачи:

- дал возможность участникам продемонстрировать свои профессиональные навыки и творческий потенциал в области массовой коммуникации;
- способствовал повышению уровню соответствия образования в области журналистики, рекламы и связей с общественностью требованиям, предъявляемым медиаотраслью;
- выявил творческий потенциал студентов профильных направлений и вузов;
- развил и реализовал профессиональные способности, исследовательские и организаторские навыки студентов;
- осуществил профессиональную социализацию студентов, способствовал налаживанию деловых контактов и привлечению внимания к молодежным инициативам в области социального проектирования и межсекторного взаимодействия в России;
- укрепил качественное и регулярное взаимодействие органов власти, бизнеса, гражданского общества и медиа путем повышения профессионального уровня студентов профильных направлений вузов;
- развил инновационную, эффективно действующую студенческую площадку для разработки и реализации перспективных молодежных социально-экономических проектов, на которой отдельный участник или команда могут получить общественную и государственную поддержку, продемонстрировать свой талант, найти единомышленников.

В этом и видится значение подобных фестивалей, способствующих повышению уровня профессиональной подготовки специалистов для медиасферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. В 2007 г. известные российские журналисты Анатолий Друзенко, Гагик Карапетян и Альберт Плутник выпустили книгу с характерным названием: Друзенко А. С журналистикой покончено, забудьте!: О друзьях-товарищах, драме «Известий» и распаде профессии / А. Друзенко, Г. Карапетян, А. Плутник. — М.: Зебра Е, 2007. — 528 с.
2. «В России сегодня журналистики нет» — такое заявление на совместной конференции президентского Совета по правам человека и общественной коллегии по жалобам на прессу сделал телеведущий В. Познер. — Режим доступа: <http://www.dw.com/ru/владимир-познер-в-россии-сегодня-нет-журналистики/a-18475451> (дата обращения: 15.12.2018).
3. Джапаридзе М. Волин: журналистики как таковой в XXI веке больше не существует / М. Джапаридзе // Информационное агентство ТАСС. — Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/3387041> (дата обращения: 15.12.2018). — См. его же: «Не существует миссии журналиста “сделать мир лучше, нести свет истинного учения, повести человечество правильной дорогой”» (<http://www.obeschania.ru/news/2013-02-15/volin-mnenie-nikiforov>); «Журналистики как гуманитарной специальности в чистом виде не существует. Если сейчас смотреть, к чему ближе журналистика — к филологии или IT — я бы ответил, что к IT (<https://riavrn.ru/news/aleksey-volin-v-voronezhe-zhurnalistiki-kak-gumanitarnoy-spetsialnosti-ne-sushchestvuet/>).
4. Профессор кафедры деловой и политической журналистики НИУ ВШЭ высказывается вполне откровенно: «В Высшей школе экономики скоро не будет отделения деловой и политической журналистики. И я этому очень рада. Потому что журналистика исчезает, хотим мы этого или нет, это профессия двух предшествующих веков. <...> У нас в НИУ ВШЭ отделение журналистики станет факультетом коммуникаций. Для начала будем изучать “двигатель внутреннего сгорания” — мультимедийность и конвергентность, а там и новые песни придумает жизнь». — Романова О. Кризис журналистики / О. Романова // Смена. — 2011. — № 1760. — Режим доступа: <http://smena-online.ru/stories/krizis-zhurnalistiki> (дата обращения: 15.12.2018).
5. Елена Вартанова: «Журналистика — общественный институт, который производит духовные и виртуальные ценности» // PlanetaSMI. RU. — 2016. — 30 июня. — Режим доступа: <http://planetasmi.ru/upravlenie/45053-zhurnalistikaobshchestvennyj-institut-kotoryj-proizvodit-dukhovnye-i-virtualnye-tsennosti-elena-vartanova> (дата обращения: 15.12.2018).
6. Поворазнюк С.: Функции печатных изданий нужно перепридумывать. Руководство «Афиши» — о перезапуске журнала. — Режим доступа: <http://www.planetasmi.ru/blogi/comments/38296.html> (дата обращения: 15.12.2018).
7. Браславец Л. «Гражданская журналистика» и типичные роли пользователей социальных сетей / Л. Браславец // Релга. Ру. — 01.09.10. — Режим доступа: <http://www.relga.ru/Enviro/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2714&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 04.05.2015).
8. Гатов В. Будущее журналистики. Как новые медиа изменили журналистику / В. Гатов // New media. — Режим доступа: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/> (дата обращения: 13.11.18).
9. Понятие «технология обучения» имеет два значения: первое значение — это совокупность методов и средств обработки, представления, изменения и предъявления учебной информации; второе значение — это наука о способах воздействия преподавателя на учеников в процессе обучения с использованием необходимых технических или информационных средств. В технологии обучения содержание, методы и средства обучения находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности. См.: Современные педагогические технологии. — Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2911828/> (дата обращения: 28.12.18).
10. Полтавец А. В. Веб-сайт вуза как эффективный инструмент обеспечения вузовской деятельности / А. В. Полтавец. — Вопросы управления. — № 3. — 2010. — Режим доступа: <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/issue/2010/03/03/> (дата обращения: 30.11.2017).
11. Webometrics Ranking of World Universities. — Режим доступа: <http://www.webometrics.info/en/Methodology> (дата обращения: 30.11.2017).
12. CY-PR. com. — Режим доступа: <http://www.cy-pr.com/analysis/www.vsu.ru> (дата обращения: 30.11.2017).
13. Щукина Л. С. Корпоративный блог подразделения вуза как мультифункциональная образовательная площадка / Л. С. Щукина, А. А. Давтян // УМО-регион: Факультет журналистики ВГУ. — Воронеж, 2018. — С. 39–44.
14. Мажарина Ю. Н. «Битва журфаков» как инновационная / Ю. Н. Мажарина // УМО-регион: Факультет журналистики ВГУ. — Воронеж, 2018. — С. 49–54.
15. Сулима Г. А. Студенческие профессиональные фестивали в сфере рекламы и PR / Г. А. Сулима // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», 26–27 октября 2017 г. — Воронеж, 2017. — Ч. 1. — С. 135.

Воронежский государственный университет

Тулунов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики

E-mail: vlvtul@mail.ru

Voronezh State University

Tulupov Vladimir Vasilyevich, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Advertising and Design, the Dean of the Faculty of Journalism

E-mail: vlvtul@mail.ru

ИСТОРИЯ НЕМЕЦКИХ МЕДИЦИНСКИХ ЖУРНАЛОВ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ОТНОШЕНИЯ ОБЩЕСТВА К ЦЕННОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЖИЗНИ И РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНЫ

Т. Е. Финк

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 30 октября 2018 г.

Аннотация: статья описывает появление и развитие журналов о здоровье в Германии XVI–XIX веков. Выявлены особенности становления таких изданий.

Ключевые слова: журналы в Германии, журналы о здоровье, медицинские журналы.

Abstract: this article describes history of health and medical publications in Germany in XVII–XIX centuries. It gives their characteristics and trends.

Keywords: journalism in Germany, health magazines, health journals, medical journals.

История журналов о здоровье и медицине на территории современной Германии началась в XVII в., когда общество естествоиспытателей «Леопольдина» начало издавать «Альманах медико-физических новостей, или Германскую газету медико-физических открытий» (1651) [1]. Основными принципами издания были: массовость, периодичность, коллективность и бессрочность. Через 12 лет его потеснил журнал *Acta Eruditorum*, который публиковал материалы в основном по физике, математике и медицине [2].

В XVIII в. в Европе случилась промышленная революция. Свои корпоративные издания стали выпускать медицинские академии и союзы в Берлине, Гисене, Гамбурге, Нюрнберге и Вене. В период с 1741 по 1765 гг. на территории современной Австрии и Германии издавалось 18 медицинских журналов общей тематики, а с 1766 по 1790 гг. появилось еще 119 изданий.

К этому времени большинство медицинских журналов уже были отраслевыми. Свои издания появились у ветеринарии, хирургии, фармацевтики, клинической медицины, гигиены, гинекологии, акушерства, диететики. Например, журнал «Избранные статьи по искусству ветеринарных препаратов» (1786–1788) публиковал оригинальные статьи и перепечатывал иностранные материалы, а журнал «Архив для ветеринарных врачей и любителей лошадей» (1788–1796) специализировался только на лечении лошадей.

К концу XVIII в. в научных кругах широко обсуждались различные медицинские теории, что также приводило к созданию новых журналов [3]. Так, медицинская общественность увлекалась месмеризмом. Эта теория встретила как одобрение, так и сильное неприятие. В 1804 г. появился даже отдельный журнал — «Архив работ по животному магнетизму».

Лейб-медик короля Фридриха-Вильгельма III — немецкий врач Кристоф Хуфеланд — понимал, что общественности нужны не только теоретические, критические и узко профессиональные статьи по медицине, но и практические издания, и поэтому основал «Журнал практической фармацевтики и хирургии» (1795–1843) [4, с. 241], в котором публиковал все материалы, связанные с заботой о здоровье.

Через несколько лет тот же Кристоф Хуфеланд основал специальный журнал об успехах медицины за рубежом — «Журнал иностранной медико-хирургической литературы» (1802–1813). Каждый номер журнала состоял из трех частей: «Подробные сочинения и выдержки», «Краткие новости и выдержки», «Литературные и обывательские заметки».

На рубеже XVIII–XIX вв. появились специализированные журналы и по хирургии: в 1797 г. — «Журнал по хирургии», в 1806 г. — «Новая библиотека по хирургии и офтальмологии». В это же время начинает издаваться журнал «Офтальмологическая библиотека».

В начале XIX в. появляется учение немца Ганемана о гомеопатии — еще одна широко обсуждаемая теория в это время. Для освещения этого вопроса Общество немецких врачей стало издавать «Архив работ по гомеопатии» (1822) [5]. В основной рубрике «Гомеопатическое лечение» публиковали истории болезней, описания лечения и его результаты. Однако развитие науки в этой области затормозило отсутствие согласия у разных направлений медицинских школ в этой области, и вскоре после этого авторитет отраслевого журнала в медицинском обществе резко упал.

В 1831 г. на территории современной Германии разразилась эпидемия холеры, и самые разные медицинские издания стали об этом писать. Создавались

и специализированные издания на время эпидемии, например «Газета о холере, выпускаемая врачами Кенигсберга». Выпуск журнала начался с пожелания его недолгого существования и содержал практические советы врачам и инструкции широкой публике. Он выходил в течение четырнадцати дней после начала эпидемии в Кенигсберге и занимал среди местных СМИ второе место по тиражу.

Продолжали возникать и журналы общемедицинской тематики. Так, Вюртембергское общество врачей учредило «Медицинский листок» (1832–1933) — еженедельное издание тиражом в 500 экз.

В XIX в. врачи стали активно интересоваться анатомией, физиологией и патологией [6]. Глава школы физиологии Иоганн Петер Мюллер [7, с. 109] основал «Архив по анатомии, физиологии и научной медицине» (1834–1919), который выходил шесть раз в год и публиковал ежегодные отчеты о научных успехах и переводные статьи.

В это же время был создан журнал «Анналы общей медицины в стране и за рубежом» (1834–1922), который писал об успехах естествознания за границей.

На рубеже 1840-х гг. в Европе появились общества трезвости, пропагандировавшие отказ от алкоголя и наркотиков. Немецкие общества трезвости стали выпускать свои журналы: «Журнал трезвенников в Германии» (1837), «Враг самогона» (1841–1849), «Друг трезвости» (1841–1844).

Примерно в то же время появилось и первое специализированное издание по психиатрии — «Общий журнал по психиатрии и судебно-психиатрической медицине» (1844–1949). Выходило четыре объемных номера журнала с рубриками «Литература», «Библиография» и «Разное».

Благодаря стараниям Георга фон Карабелли, доцента стоматологии Венского университета, зубо-лечебное дело выделилось в отдельную отрасль медицины. В 1846 г. Карл Вильгельм Людвиг Шмедике, молодой дантист из Берлина, создал ежемесячный журнал «Стоматолог».

Издание носило научно-популярный характер и печаталось для широкой публики, поэтому многие зубные врачи с высшим образованием отказывались писать статьи для журнала. Шмедике пришлось самому писать статьи и печатать переводы иностранных авторов на тему стоматологии.

В это же время общества врачей на юге и на севере Германии начали издавать свои журналы. «Журнал Северо-немецкого хирургического общества медицины, хирургии и акушерства» (1847–1867) под редакцией акушера-гинеколога Августа Вильгельма Варгеса выходил на севере Германии. В журнале преимущественно печатали научные статьи, рецензии и известия общества. На юге Германии Общество вюртембергских хирургов и акушеров издавало «Журнал для хирургов и акушеров» (1848–1874).

В 1848 г. немецкий врач, патологоанатом, гистолог, физиолог, основоположник теории клеточной патологии Рудольф Вирхов с товарищем предпринял первую попытку издания энциклопедического журнала по медицине и создал «Медицинскую реформу» — печатный орган для новостей практической медицины.

В связи с введением суда присяжных и открытого судопроизводства, в котором принимались во внимание и медицинские аспекты, в 1852 г. появился «Ежеквартальный журнал по судебной и государственной медицине» (выходил до 1921 г.). Наряду с научными статьями по общей медицине в журнале печатали судебно-медицинские и санитарно-полицейские материалы, судебные приказы, объявления и библиографии специализированных журналов.

В 1860 г. знаменитый немецкий хирург Бернхард фон Лангенбек начал издавать журнал «Архив клинической хирургии». Его редактировали основоположник абдоминальной хирургии Кристиан Альберт Теодор Бильрот и немецкий хирург Эрнст Юлиус Гурльт. Издание было иллюстрированным и публиковало результаты исследований, клинические наблюдения, описывало новые методы операций, новые инструменты, аппараты, машины и бандаж. В 1948 г. издание объединилось с «Журналом по хирургии».

В середине XIX в. увеличилось количество журналов общемедицинской тематики [8]. Многие из них продолжали издаваться вплоть до середины XX в. Так, в 1854 г. в Мюнхене стал выходить «Врачебный вестник. Орган печати Баварии по государственной и общедоступной медицине» [9]. В 1886 г. журнал сменил свой формат и название на «Мюнхенский медицинский еженедельник» и превратился в большой профессиональный журнал под руководством объединения врачей со следующими рубриками: «Авторские статьи», «Фельетон», «Указатель книг», «Суть организации», «Происшествия» и «Герой дня».

В 1865 г. там же — в Мюнхене — четыре преподавателя Мюнхенского университета — анатом Людвиг Буль, гигиенист Макс Петтенкофер, ботаник Людвиг Радлькофер и физиолог Карл Воит — создали «Журнал по биологии». В нем печатались статьи не только по медицине, но и по различным областям точных наук, используемым в исследованиях биологических процессов у здоровых и больных людей.

Журнал занимался не только проблемами физиологии и научной медицины, но и новыми достижениями в области химии, физики, геологии и метеорологии, а также обсуждал общественные проблемы, связанные со здоровьем и гигиеной.

Со второй половины XIX в. в Берлине начал печататься журнал «Берлинский клинический еженедельник» (1864–1921). Журнал публиковал материалы клинических исследований и предоставлял их результаты своим сотрудникам — врачам, работавшим в университетских клиниках.

В 1866 г. объединение врачей-ученых начало издавать «Немецкий архив по клинической медицине».

В середине XIX в. в отдельную отрасль выделилась дерматология и появился журнал «Архив по дерматологии и сифилису» (1869). Журнал вырабатывал общую терминологию и писал о достижениях в лечении сифилиса и успехах дерматологии.

Во второй половине XIX в. многие врачи жаловались на разделение медицины по отраслям. Как ответ на возникшую потребность в последние три десятилетия XIX в. появились издания, которые публиковали материалы по всем областям медицины, выходили в короткие сроки и ставили своей целью помощь врачам в их практической деятельности.

Одним из таких изданий стал журнал «Немецкий медицинский ежемесячник» (1875), который прослеживал связь между научными исследованиями и практической медициной, публиковал новости из клиник и больниц и случаи из врачебной практики, публиковал материалы по военной медицине, фармацевтике и трудовым нормам. К 1888 г. тираж издания достиг 2500 экземпляров. В 1879 г. тот же издатель стал выпускать «Ежегодник практической медицины» (выходил до 1913 г.).

В конце XIX в. отология выделилась в отдельную медицинскую область, и в связи с этим появились два новых журнала: «Архив по отологии» (1864) и «Ежемесячник по отологии» (1867). Последний издавался вместе с «Общей медицинской центральной газетой». Позднее ежемесячник стал издаваться отдельно, и его тематика была расширена за счет материалов по ларингологии и ринологии.

В 1888 г. Венское общество врачей начало издавать журнал «Венский клинический еженедельник» с целью вывести медицинскую публицистику на более высокий научный уровень. Журнал печатал статьи по всем областям медицины и даже по непрофильным теоретическим дисциплинам. Материалы распределялись по следующим рубрикам: «Дискуссии медицинских обществ и объединений», «Доклады», «Военно-медицинские вопросы», «Новости» и большой раздел объявлений.

В 1895 г. стал выходить журнал «Ежемесячник по акушерству и гинекологии», в котором кроме авторских статей, которые писали немецкие и иностранные акушеры и гинекологи, публиковались рецензии, доклады, известия с конгрессов по гинекологии и библиографические обзоры.

Открытие рентгеновских лучей в декабре 1895 г. стало важным событием в мире медицины. Медики сразу поняли их практическую значимость и уже в 1897 г. учредили журнал «Успехи в области рентгеновских лучей», в котором публиковали статьи с фотографиями.

В конце XIX века появились журналы по неврологии, которые также освещали и вопросы психиатрии [10].

Таким образом, возникновение и развитие медицинских журналов в Германии тесно связано с последствиями промышленной революции в Европе, изменением отношения общества к ценности человеческой жизни и с развитием медицины на территории современной Германии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Faulstich Werner. Die bürgerliche Mediengesellschaft (1700–1830) / Werner Faulstich.— Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 2002.— Band 4.— S. 228–230.
2. Lindemann Margot. Geschichte der deutschen Presse / Margot Lindemann.— T. 1.— Deutsche Presse bis 1815.— Berlin: Colloquium Verlag Otto H. Hess, 1969.
3. Дриш Г. Витализм. Его история и система (Der Vitalismus als Geschichte und als Lehre): с дополнениями к русскому изданию автора и переводчика / Г. Дриш; пер. с нем. А. Г. Гурвича.— Изд. 2-е.— М.: URSS, 2007.
4. Kirchner Joachim. Das deutsche Zeitschriftenwesen. Seine Geschichte und seine Probleme / Joachim Kirchner.— Wiesbaden, 1958. Teilband I.— S. 241–242.
5. Ганеман С. Органон врачебного искусства, или Основная теория гомеопатического лечения доктора Самуэля Ганемана / С. Ганеман.— М.: Гомеопат. медицина, 2000.
6. Самойлов В. О. История физиологии в портретах, гравюрах, фотографиях / В. О. Самойлов.— СПб.: Информ-Мед, 2008.
7. Дмитриев В. В. Основы философии: учебник / В. В. Дмитриев, Л. Д. Дымченко.— СПб.: СпецЛит, 2013.
8. Vogel Andreas. Holtz-Bacha Christina. Zeitschriften und Zeitschriftenforschung / Andreas Vogel.— Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002.
9. Fischer Heinz-Dietrich. Deutsche Zeitschriften des 17. bis 20. Jahrhunderts.— München: Verlag Dokumentation, Pullach bei München, 1973. Teilband 3.
10. Leonhard Joachim-Felix. Medienwissenschaft: ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen.— Berlin; New York: de Gruyter (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 15) Teilbd.1.1999.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Финк Т. Е., соискатель кафедры теории и методики редактирования

E-mail: t-fink@mail.ru

Lomonosov Moscow State University

Fink T. E., Postgraduate Student of the Theory and Methodology of Editing

E-mail: t-fink@mail.ru

ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА В ЮГО-ЗАПАДНЫХ ГУБЕРНИях РОССИИ В ДОСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

В. В. Холстинин

Кубанский государственный университет

Поступила в редакцию 23 августа 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются общелингвистические и медийные аспекты языковой политики в юго-западных губерниях России в досоветский период.

Ключевые слова: Бжезинский, Грушевский, газета «Киевлянин», Каревин, Просвита, подгорский диалект, рутены, Русь-Украина, Украина, украинизация, Центральная Рада, сепаратизм, юго-западные губернии, Шпенглер, Щеголев, языковая политика.

Abstract: the article deals with General philological and media aspects of language policy in the South-Western provinces of Russia in the pre-Soviet period.

Keywords: Bzhezinskiy, Grushevskiy, newspaper, «Kiyevlyanin», Karevin, Prosvita, Podgorka dialect, ruthen, Rus-Ukraine, ukrainization, The Ukrainian Rada, separatism, Shpengler, Schegolev.

Политическая ситуация в Украине наглядно демонстрирует всю глубину общественного разлома. Дискредитация и, как следствие, деградация культурных ценностей, сформированных в советский период, позволили заполнить духовный вакуум новыми идеями. Корни их кроются в исторических коллизиях, смысл и содержание которых упорно замалчивались как российскими, так и советскими элитами.

Социально-политические механизмы образования новых наций на фоне вновь возникших культурно-исторических реалий XIX в. нашли свое глубинное отражение в работе немецкого философа О. Шпенглера. «На смену войнам за наследство, — писал он, — пришли языковые кампании, в которых одна нация старается навязать фрагментам другой свой язык, а с ним — и свою национальность» [1, с. 189]. Украина в контексте данного тезиса может являться экспериментальной лабораторией, где консолидированное российским подданством общество подверглось сначала методичной языковой, а позднее и национально-идеологической экспансии. В результате более чем трехсотлетнее развитие этого края под монархическим скипетром Романовых утратило свой исторический смысл. Синтезированный новояз и самобытная культура Малороссии, прежде гармонично влившаяся в общерусскую, для адептов украинства стали инструментами сегрегации, нацеленными на слом общественного согласия и зарождения сепаратистских настроений.

Руководящая и направляющая роль Запада как ключевого бенефициария украинского кризиса в последние годы также стала очевидна. З. Бжезинский в книге «Великая шахматная доска» (1998) уделит особое внимание политической ценности Украины

как отколовшейся части Русского мира. Потерю Украины он считает «геополитически важным моментом» и «геополитическим катализатором» по причине существенного ограничения «геостратегического выбора России...». Он утверждает, что без Украины «любая попытка Москвы воссоздать евразийскую империю способствовала бы тому, что в гордом одиночестве Россия оказывалась запутавшейся в затяжных конфликтах...» [2, с. 12]. Идеологическая парадигма высказанных им мыслей, как и всей современной американской политики, обращает на себя внимание ввиду его безапелляционной логики и холодного прагматизма. Языковой вопрос также не остался за скобками интересов Бжезинского. В своем интервью газете Financial Times (11.12.2013) он признает, что «языковые различия сохраняются и некоторые районы Украины чувствуют более тесную связь с Россией» и что «даже наиболее активные сторонники евроинтеграции лишь недавно стали считать украинский язык своим собственным» [2, с. 92]. Все это подтверждает политическую значимость и актуальность решаемого сегодня украинскими политиками «языкового вопроса».

Началом политической украинизации можно считать переход от национально-культурных и фольклорных исканий к созданию общественно-политического движения по обе стороны российско-австро-венгерской границы. Наиболее полное понимание национальных процессов, охвативших юго-западные губернии дает капитальное исследование С. Щеголева «История «украинского» сепаратизма» (1912). Изданное в то время, оно осталось невостребованным самодержавием. С точки же зрения большевиков, нашедших временных союзников в лице политических основоположников украинства, оно стало крамольным. Факты и доводы, приведенные авто-

ром, в корне не отвечали интернациональному духу революции и партийным задачам строительства советского государства. Современный исследователь А. Каревин в работе «Русь нерусская» предложил содержательный обзор социокультурных, национально ориентированных процессов в Украине до середины 20-х годов XX в. Опираясь на этих и других авторов, рассмотрим основные механизмы формирования жестких национальных установок в украинском общественном движении и основные причины их успешной адаптации на территории Малороссии и Новороссии.

С. Щеголев обращает внимание на первый печатный орган галицийских националистов, так называемых народовцев, — газету «Правда». Возглавляемое известным украинофилом А. Конисским, а позднее А. Барвинским, данное издание внесло немалый вклад в идеологическое оформление украинского национализма. «“Правда”, — пишет Щеголев, — подымает стяг ультранационального шовинизма, объявляя всех с ней несогласных врагами «Руси-Украины», то есть Галиции и Южной России» [3, с. 91]. До появления здесь киевских идеологов украинства на фоне активизации австро-венгерских репрессивных и «воспитательных» усилий по разложению и полному уничтожению москвофильских настроений подавляющее большинство местного населения считало себя частью русской культуры, русского мира, что при близости языка создавало для Вены определенную угрозу возникновения очага пророссийского сепаратизма. «Рутены, — заявлял А. Галуховский, наместник Франца Иосифа в Галиции, — не сделали, к сожалению, ничего, чтобы обособить свой язык от великорусского, так что приходится правительству взять на себя инициативу в этом отношении» [4, с. 28].

Организирующим ядром в антироссийском проекте Австро-Венгрии и учителями для галицких «новозристов» выступили «киевские режиссеры». Они, пишет С. Щеголев, «немедленно приступили к использованию тех «культурных» подачек, какие Украина-Русь выпрашивала себе от австро-венгерских покровителей» [3, с. 92]. Этими «режиссерами», по мнению автора, стали киевские деятели науки и образования — руководители журнала «Киевская старина» историк В. Антонович, филолог П. Житецкий, историк-краевед Д. Багалеи и др. Это киевское издание еще прежде стало пропагандистской площадкой для многих малороссийских украинофилов. Их идейным вдохновителем был профессор киевского университета В. Антонович. «Из “слушателей” Антоновича, — пишет С. Щеголев, — более выдающиеся попадали на кафедры, как талантливый профессор Д. Багалеи (в Харькове), профессор М. Грушевский (в Киеве); другие (как В. Науменко) сеяли просвещение в среднеучебных заведениях, третьи становились пастырями духовными, публицистами, народными учителями» [3, с. 74]. Многие из этих слушателей ста-

нут первой идеологической гвардией, выступившей позднее в авангарде процесса всеобщей украинизации Малороссии и Новороссии.

Идеологом политического украинства был и остается М. Грушевский. Созданная им история малороссов, воплощенная в таких капитальных монографиях, как «История украинской литературы» и «История Украины-Руси», легла в основу всей современной украинской историографии [5]. Его эксперименты с фонетическим правописанием и польско-немецкой лексикой, положенной на подгорский диалект Галиции, привели к созданию нового языка, главной ценностью которого была отдаленность от русской словесной культуры. «Рецепт изготовления, — пишет С. Щеголев, — основан на подгорском диалекте, говоры которого наиболее засорены польскими и немецкими словами. Подмесь малорусских диалектов — подольско-волынского и украинского... допускалась с большими предосторожностями: каждое малорусское слово или фраза, в коих замечаемы были общерусские признаки в фонетике, лексике, морфологии или синтаксисе, либо браковались, либо подвергаемы были калечению» [3, с. 95]. И. Нечуй-Левицкий, ярый сторонник *новояза*, позднее утративший свой национальный энтузиазм в этом вопросе, сообщал своему коллеге: «С этого газетного языка публика просто смеется. ...Галичанских книжек у нас на Украине не читают; их трудно читать. Поднял я бучу не зря, раз мы теряем так широкую публику». Позднее он утверждал, что «это дело заговора немногих украинцев, которые захватили в свои руки издания и от которых зависит корректура...» [4, с. 42].

К концу XIX в. усилиями украинофилов в медиасфере юго-западных губерний наметилось формирование двух языковых течений: с одной стороны, *украино-австрийский* язык, основанный на галицких диалектах, с другой — *украино-русский*, язык Шевченко и Котляревского, понятный большинству жителей Малороссии. Несмотря на декларируемое М. Грушевским стремление к их равноценному симбиозу на основе взаимных филологических уступок, фактически в прессе и в частных издательствах, принадлежавших украинофилам, прилагались все усилия для внедрения первого и дискриминации второго. А. Крымский отмечал: «Галицкий журнал “Літературно-науковий вісник”, который проф. Грушевский перенес было из Львова (входивший тогда в Австро-Венгрию) в Киев, не только не привел к литературному объединению и единодушию между российскими украинцами и галичанами, а, наоборот, сделался в глазах широкой, средней украинской публики чужеедным наростом, надоедливый паразитом и только обострил недоразумения» [4, с. 44]. Затруднения в использовании нового, по выражению самого М. Грушевского, *кованого* языка, испытывали не только видные литераторы, но и широкая читательская аудитория, в подавляющем большинстве

своем русскоговорящая, а в сельской местности владеющая малорусскими диалектами (подольско-волинским или украинским). Многие подписчики возвращали в редакции книги и журналы на непонятном им языке, сопровождая их нелестными отзывами. Даже среди *свидомых украинцев* встречались критические высказывания. Так, один из них, К. Довгань, замечает, что «обогащаясь таким образом, пренебрегая самыми элементарными законами фразеологии и синтаксиса украинского, украинский язык — книжный и газетный — часто-густо представлял собой печальную картину языковой мешанины, пеструю лексическую массу, чуждую органично и непонятную читателю украинцу» [4, с. 36]. В свою очередь, и Грушевский вынужден был признать недостатки в работе над языком: «Много в нем такого, что было применено или составлено на скорую руку и ждет, чтобы заменили его оборотом лучшим» [4, с. 45].

Существенная роль в языковой интеграции малороссийского народа принадлежит национально-культурному движению украинцев «Просвита». Для понимания идеологической основы этого национально-общественного движения, следует обратиться к взглядам его основателей. Галицкий поэт и украинофил К. Климкович в своей программе, опубликованной в львовской газете «Вечерницы», заявлял: «Если малоросс считает себя русским человеком, то этим отдает себя врагу на поругание: москали топчут на Украине правду и свободу, но пусть боятся малороссов: придет Божий суд, и когда-нибудь малороссы от Карпат до Кавказа сотворят такие поминки, что будет памятно внукам и правнукам» [3, с. 85]. С. Щеголев писал, что «Просвита имеет задачей издание популярных книг и брошюр, организацию библиотек-читален по селам. Получив от своих фундаторов хорошую антирусскую закваску, она верно придерживается старых лозунгов и доселе» [3, с. 85]. На этом политическом поле работали малороссы М. Драгоманов, позднее «свернувший» с украинского пути к социал-демократическим идеалам, и литератор П. Кулиш, основавший в 1880 г. журнал украинофилов «Правда». Адресатом этой антиросийской пропаганды стал малорусский обыватель.

Движение «Просвита» объединило многих активных деятелей украинства. Однако создание научно-образовательной базы украинской партии было почти личным проектом М. Грушевского. Под его руководством при Львовском университете в 1894 г. открылась кафедра истории южной Руси, и, что существенно, преподавание велось на новом, так называемом русско-украинском языке. Последующее расширение перечня дисциплин позволит проложить сюда дорогу тысячам малороссийских юношей, идущих «набираться патриотического духу». В России такому потоку абитуриентов способствовали и быстро создаваемые местные городские и сельские «Просвиты». Здесь открывались образовательные

курсы, литературные кружки, театральные студии и фольклорные коллективы, печатались брошюры, календари и лубковая литература.

К началу XX в. «Просвиты» и иные национально-культурные общества «той же закваски» существовали на территориях Кубани, современных Белгородской, Курской, Воронежской областей и даже Закавказья. В общественно-просветительской сфере особое место отводилось СМИ. «Украинская партия, — пишет С. Щеголев, — создала в России для своих целей ряд периодических изданий, организовала несколько книгоиздательств, а сверх того, пользуется гостеприимством многих русских газет и журналов» [3, с. 144]. В первом десятилетии XX века в России насчитывалось 12 печатных органов, из которых пять журналов и пять газет выходили в Киеве и по одной — в Екатеринославе и Харькове («Дніпрові хвилі» и «Сніп»). Популярность этих изданий зачастую не оправдывала ожиданий их учредителей, однако на идеологическом фронте было много сочувствующих или «вынужденных сочувствовать». Так, киевская газета «Рада» (1911), освещающая историю кубанского казачества, сообщает, что «на протяжении полувека козакам приходилось защищать свой край не только от чечни, но и от поползновений чужого государства российского, которое по временам останавливало свой, быть может, чересчур благосклонный взгляд на хлебородных кубанских полях» [3, с. 145]. В то же время газета обращается к своим «подписчикам и лицам сочувствующим» за материальной помощью. В письме к читателям редакция «просит подписчиков, знающих только народное наречие, не смущаться, если для них язык газеты непонятен; редакция сознается, что и сотрудники ее сами лишь «учатся писать на своем языке» [3, с. 145]. За внешним намерением «приспособиться к народному языку», явно просматривается стремление хоть как-то приобщить читателя к новому *русско-украинскому*.

Новый язык и *национализированная культура* провоцировали в обществе противоречивые отклики. Так, на съезде агрономов, проходившем в Екатеринославе (1911), было высказано общее мнение о публикации сельскохозяйственной литературы на русском языке, но после категорического протеста одного участника было решено исключить из резолюции упоминание о языке, «дабы не поднимать политических страстей». Как пишет С. Щеголев, «наскока одного “широго украинца” было достаточно, чтобы погрузить весь съезд в прекраснуюдушную обломовщину» [3, с. 314]. Однако так молчали не все, и в своем труде автор приводит массу примеров принципиальных читательских отзывов. Киевское «Наукове товариство» (научный печатный орган, руководимый М. Грушевским) выпустило сборник статей «медицинской» секции. После этого в газете «Киевлянин» вышла критическая статья «врача-читате-

ля», где он открыто высказывает свое возмущение «бьющей в глаза вздорной тенденциозностью идеи издания» и отмечает, что «неудобоваримость сборника происходит от загромождения его на всем протяжении 120 страниц пестрой грудой самых рискованных, самых удивительных неологизмов», таких как *квантитет* (количество), *экскрецюваты* (выделять), *рурка* (трубка) и др. [3, с. 188].

В Центральную Раду УНР (1918) вошли многие сторонники и последователи М. Грушевского, а сам он занял пост председателя. Но нарастающее революционное движение народных масс, охваченных идеями социальной справедливости, способствовало установлению советской власти на территории Малороссии. Главным оружием большевиков в деле перестройки политического пространства Украины стала классовая идеология. В своей речи на заседании ВЦИК, прозвучавшей 14 декабря 1917 г., И. Сталин прямо заявил: «Нас упрекают в том, что мы проводим решительную политику против Рады. Но именно эта решительная политика открыла украинским рабочим и крестьянам глаза, выявив буржуазную сущность Рады» [6, с. 17].

Предреволюционный период развития украинского общества со всеми его социокультурными метаморфозами до недавнего времени оставался незамеченным, как бы не существующим для советской исторической науки. Однако именно он стал *идеологическим прологом* на долгом пути национальной сегрегации русской культуры на территории Украины. Вектор отчуждения и неприятия всего русского, заданный Грушевским и его единомышленниками, реализуемый их *кованым* языком, по-прежнему соответствует и воспроизводит те деструктивные процессы,

которые захватили политическое поле современной Украины. «Чем язык отличается от *диалекта*? — задает вопрос украинский историк и журналист Кирилл Галушко и отвечает: — *У языка есть армия*» [7]. В контексте подобных рассуждений о причинах и значении исторических противоречий, обострившихся между Украиной и ее западными соседями, этот автор снова напомнил украинскому читателю, что сегодня язык на Украине — это по-прежнему «острый предмет» национальной политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. Т. 2. Всемирно-исторические перспективы / О. Шпенглер. — М.: Мысль, 1998.
2. Бжезинский З. Украинский шанс для России / З. Бжезинский. — М.: Алгоритм, 2016.
3. Щеголев С. Н. История украинского сепаратизма / С. Н. Щеголев. — М.: Имперская традиция, 2004.
4. Каревин А. С. Русь нерусская / А. С. Каревин. — М.: Имперская традиция, 2006.
5. Холстинин В. В. Историческая роль М. С. Грушевского как теоретика и практика украинского сепаратизма / В. В. Холстинин // Содружество литературных проектов «Русское поле». — Режим доступа: <http://parus.ruspole.info/node/7300> (дата обращения: 17.02.2018).
6. Сталин И. В. Сочинения. Т. 4. Ноябрь 1917–1920 / И. В. Сталин. — М.: Государственное издательство политической литературы, 1953.
7. Украинский русскоязычный деловой еженедельник «Деловая столица». — Режим доступа: <http://www.dsnews.ua/society/pravda-i-geopolitika-pochemu-bandera-ne-stal-obychnym-agronomom-05112017180000> (дата обращения: 17.02.2018).

Кубанский государственный университет

Холстинин В. В., старший преподаватель кафедры публицистики и журналистского мастерства

E-mail: shirokov1968@mail.ru

Kuban State University

Holstinin V. V., Senior Lecturer of the Department of Journalism and Journalistic Skills

E-mail: shirokov1968@mail.ru

СТРУКТУРА И СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ КАНАЛАХ КИТАЯ

Цао Юй

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 25 августа 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности развития современного детского телевидения Китая и детские специализированные каналы. Особое внимание уделяется их ключевым характеристикам.

Ключевые слова: *детское телевидение Китая, история китайского ТВ, исторические этапы развития детского ТВ КНР, характеристика телевидения для детей в КНР, детские телевизионные каналы КНР.*

Abstract: *the article discusses the characteristics of the children's television in China on children's specialized channels at the present time. Special attention is paid to the analysis of children's programs on these channels and their key characteristics.*

Keywords: *children's television of China, the history of Chinese TV, the historical stages of development of children's TV in China, the characteristic of television for children in China, children's television channels in the PRC.*

Китайское детское телевидение начало свою историю почти одновременно со «взрослым» — 29 мая 1958 г. В этот день на телеканале Пекина был показан кукольный фильм «Два грубых медведя». Это была первая программа для детей в Китае [1].

Детское телевидение в прошлом веке переживало долговременный период затруднений, и только с 1980-х гг. началось его успешное и быстрое развитие. На 1990-е гг. пришлось «золотая эпоха» интенсивного и экстенсивного роста. Первый телерадио-холдинг «Уси» был создан в июле 1999 г., после этого были учреждены и другие [2]. По мере появления новых каждый телеканал начал увеличивать затраты на детские телепрограммы, были запущены каналы для детской аудитории, в том числе спутниковые — телеканалы Шаньдона и Чжэцзяна.

Первый специализированный детский телеканал «Наньфан» был создан телекомпанией «Наньфан» в 1999 г. Его примеру через год последовал «Си-си-ти-ви» (CCTV), далее появился отдельный канал «Си-си-ти-ви 14 (дети)» (CCTV-14少儿). В 2000 г. Центральная телестанция вместе с Комитетом объединения китайских женщин и детей выпустила программу «Наш век». В это же время на станции началось тестирование круглосуточного вещания. Проект так и назывался — «Тестирование суточного вещания детского канала» — и носил экспериментальный характер. Это событие (круглосуточное тестирование) можно рассматривать как начало эпохи специализированных детских телеканалов [3]. К концу 2010 г. в Китае их вещало уже 39.

Следует отметить, что они вызывают большой интерес аудитории. Согласно рейтингам 2005–2014 гг., среди всех китайских телеканалов несколько детских постоянно занимали первые места. Это были «Си-си-ти-ви 14 (дети)» и анимационный канал «Дин Ин» (Aniworld TV). Кроме того, на верхних строчках оказался и детский канал «Ка Ку» (BTV KAKU Children Channel) [4].

«Ка Ку» был создан 10 сентября 2004 г., в 2007 г. началось использование спутника для трансляции, сегодня вещание ведется круглосуточно. Основной контент — мультфильмы, детские и подростковые познавательные программы [5]. Наиболее известными программами на канале «Ка Ку» считаются следующие: «Свет с семью цветами» (игры в формате реалити-шоу), «Детский сад Ка Ку» (тренировки, сказки и анимационные сериалы), «Зоопарк Ка Ку» (рассказы о животных), «Блеск научных звезд» (о техническом творчестве детей), «Вечеринка со звездным героем» (о моде и светской жизни), «Большое веселье» (юмор) [6].

Канал «Си-си-ти-ви 14 (дети)» был создан 28 декабря 2003 г. Его основная миссия — «проявлять уважение к детям, оказывать им поддержку, приносить радость» [7]. В задачи канала входят: содействие всестороннему развитию детей, желание подготовить их к взрослой жизни. В 2008 году канал создает новую концепцию — «Зеленый телеканал». Речь идет о безопасности и здоровье детской души с учетом возрастного восприятия и данных психологии.

Целевой аудиторией канала стали несовершеннолетние (с младенчества до 18 лет). Канал вещает каждый день с 6:00 до 24:00. В эфире ежедневно 6,5 ч.

детских оригинальных программ, которые производятся в Китае. Ранее существовало всего 26 передач. 31 марта 2016 года рейтинг канала «Си-си-ти-ви 14 (дети)» достиг 0,43%¹, а доля телевизионного рынка составила 3,26% [7]. С 1 января 2011 года название канала изменилось на «Си-си-ти-ви 14 — Дети» [8].

В будни, выходные и в каникулы канал имеет разную верстку. В будние дни передачи транслируются в соответствии с горизонтальным и вертикальным типами программирования.

По горизонтальной линии выпускаются мультфильмы и детские телесериалы точно в начале каждого часа. Материал распределяется также по группам аудитории. Вертикальная линия состоит из 7 блоков для маленькой аудитории разных возрастных групп. Передачи в выходные дни носят более развлекательный характер, более длительны, в эти дни представлено большое количество интерактивных программ. Во время каникул канал транслирует много мультфильмов, детских телесериалов, специальных программ, конкурсов и т.д. [9].

Выходит более тридцати детских передач. К наиболее известным относятся следующие: «Вертушка» (игры и новости), «Открой, Сезам!» (помогает детям учиться, дополняет уроки), «Умное дерево» (кукольный театр, рукоделие), «Большой склад» (различные виды детского творчества — технического, художественного, кулинарного), «Большие руки за маленькими руками» (благотворительные концерты детей и взрослых), «Юный герой» (спортивные конкурсы и викторины), «Маленькое умное дерево» (сказки, танцы и песни), «Новость в кармане» (новостное ТВ для детей) [10].

Производством оригинальных программ занимается одна треть детских каналов, а 2/3 почти не имеют программ собственного производства. Оригинальные программы занимают 11–25% от всего эфирного времени. У большинства китайских детских каналов в сетке вещания стоят лишь 4 оригинальные передачи. В остальное же время (88% эфира) зрителю предлагают контент, купленный у других производителей [11]. В основном это концерты и мультфильмы [12]. По словам эксперта ТВ Цзяна Хуа, другие жанры и виды детских программ на этих телеканалах встречаются крайне редко [13].

Изначально детские передачи в Китае были направлены на широкую аудиторию — от 0 до 18 лет. Со временем на некоторых каналах пришли к выводу, что надо более четко определиться с целевыми группами по возрастному принципу [14]. Согласно исследованиям аналитиков Дя Жо, Ван Ининь, Чжан Вэй, из 34 детских каналов на шести отсутствует деление на возрастные сегменты, а еще 4 детских ка-

¹ В системе медиаметрии Китая рейтинги измеряются десятками и сотыми долями процента: например, самый популярный в стране телесериал «Дорогие переводчики» имел рейтинг 2,048%.

нала являются полностью мультипликационными.

Итак, появление специализированного детского телевидения в Китае внесло следующие изменения в структуру вещания для детей:

1. Возникло много детских каналов, на которых показывают исключительно детские программы.

2. Региональные детские каналы созданы почти в каждой провинции.

3. В настоящее время наблюдается широкое тематическое разнообразие. Среди программ, которые известны и популярны в Китае, можно найти передачи почти из всех областей культуры и науки. Программы учитывают различные предпочтения и требования аудитории.

4. Детское телевидение активно использует новые технологии. Многие каналы вещают через спутники, охват территории телевизионным сигналом увеличился, а с ростом популярности компьютерных технологий детские программы можно смотреть не только на экранах телевизоров, но и на мониторах компьютеров.

5. Определился круг популярных программ, но при этом выходит мало авторских, оригинальных передач. Телеканалы покупают и транслируют одни и те же программы, которые часто повторяются.

Таким образом, в XXI в. детское телевидение Китая вступает в новую жизнь на специализированных каналах. Новые технологии (в частности, вещание через спутник) гарантировали увеличение количества каналов, улучшили качество сигнала. С появлением специализированных каналов детское телевидение начало стремительно развиваться. Были созданы специальные детские каналы в разных провинциях. Появилось большее жанровое и тематическое разнообразие, но по-прежнему господствуют мультфильмы и концерты.

Благодаря учету детского восприятия повысилась привлекательность программ у целевой аудитории. При этом на многих каналах отсутствует четкая ориентация контента на разные возрастные группы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ли Ялинь. Анализ индустриализацию детского телевидения / Ялинь Ли // Press Circles. — 2007. — Т. 2.
2. Чжань Цзюйси. Сравнительное исследование современной теории журналистики Китая и России / Цзюйси Чжань // Изд-во общества и науки. — Пекин. — 06.2011.
3. Яо Жуюн. Изучение развития отечественного детского телевидения / Жуюн Яо, Юйся Ян // Педагогический университет Ляонин. — 2006. — Т. 29. — Сер. 5. — С. 110–111.
4. www.csm.com.cn/ (дата обращения: 20.08.2018).
5. news.sina.com.cn/m/2011-05-03/150822398234.shtml (дата обращения: 20.08.2018).
6. www.wtoutiao.com/p/1b1smUb.html (дата обращения: 20.08.2018).
7. История развития Центральной телестанции Китая (1998–2008). — Пекин: Издательство радио и телеви-

дения Китая.中央电视台发展史 (1998-2008) / 赵化勇主编. 北京. 广播电视出版社.

8. www.admaimai.com/ShuJuJianCe/Detail/14532.htm (дата обращения: 20.08.2018).

9. news.xinhuanet.com/newmedia/2011-01/03/c_12940134.htm (дата обращения: 20.08.2018).

10. http://www.cctv.com/kids/special/C11388/20031127/101123_2.shtml (дата обращения: 20.08.2018).

11. Дя Жо. Сравнение детского телевидения в КНР и Канаде / Жо Дя, Инь Ван, Вэй Чжан // СМИ: Медиа. — 2016. — № 2. — Ч. 1. — С. 68-71. 贾若·王以宁·张玮. 中国与加拿大儿童电视比较研究. —《传媒: Media》2016. — № 2

(上). — С. 68-71.

12. Сюн Ин. «Медиа и дети» — отчет о исследовании в этой сфере / Ин Сюн // Отечество. — 2014. — № 14. — С. 61. 熊颖. “媒介与儿童” 相关议题研究状况综述- 祖国. — 2014. — № 14. — С. 61.

13. Ян Мин. О программах для детей / Мин Ян // «Радио и телевидение на севере». — 2016. — № 20. — С. 41-42. 杨明. 少儿电视节目刍议. 西部广播电. — 2016. — № 20. — С. 41-42.

14. Чжао Юн. Чжэньчжэнь. Анализ стратегии выбора типов программ на детских каналах / Юн Чжао // Научный журнал южное телевидение. — 2011. — № 1. — С. 54-56. 赵甄真/全国少儿频道节目类型定位策略分析/南方电视学刊. — 2011. — № 1. — С. 54-56.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Цао Юй, аспирант кафедры телевидения и радиовещания

E-mail: pretty.nina1989@mail.ru

M. V. Lomonosov Moscow State University

Cao Yu, Postgraduate Student of the Department of Television and Radio Broadcasting

E-mail: pretty.nina1989@mail.ru

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА БУРЯТИИ В 1938–1940 ГГ.

Б. Б. Шагдарова

Бурятский государственный университет

Поступила в редакцию 19 сентября 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается радиожурналистика в Бурятии в довоенный период, который был сложным и не лишенным противоречий. Изучение данного периода сопряжено с необходимостью выявления и оценки масштабов мероприятий, направленных на организационно-техническое укрепление и развитие радиодификации и радиовещания в БМАССР.

Ключевые слова: радиовещание, радиодификация, радиокомитет, пропаганда, радиослушание.

Abstract: the article deals with radio journalism in Buryatia in the pre-war period, which was complex and not devoid of contradictions. The study of this period involves the need to identify and assess the extent of activities aimed at organizational strengthening and development of radio and radio broadcasting in the Buryat-Mongolian Autonomous Republic.

Keywords: broadcasting, radiofikation, radio committee, propaganda, radio hearing.

Радиожурналистика Бурятии в советский период пережила длительный и сложный путь своего становления и развития. Поворотные этапы этого пути были связаны с важными событиями в сфере радиостроительства и радиовещания республики и страны в целом. В рассматриваемый период 1938–1940 гг. радиовещание Бурят-Монгольской АССР переживает этап организационно-технического укрепления и развития, обусловившего качественный и количественный рост сети низового вещания на территории республики.

Ведущий лозунг местных радиодификаторов, заключавшийся в призыве «не иметь ни одной молчащей радиоточки!», как нельзя лучше отражает наметившиеся к 1940 г. серьезные сдвиги в работе районных и сельских радиоузлов, единственной в республике ширококонтинентальной станции РВ-63, обеспечивавшей вещание радиокомитета, а также ретрансляцию программ Всесоюзного радио. Достигнутые успехи стали результатом совместных усилий Всесоюзного радиокомитета и руководства республики по организационно-техническому укреплению и развитию местного радиовещания и радиодификации. Этот процесс активизировался в 1938 г. и сопровождался рядом проблем, особенно серьезным было отставание подготовки технических кадров радио от темпов радиодификации. По этой причине происходили срывы радиовещания, в ряде мест они носили систематический характер, о чем, например, сообщается в записке редактора радиовещания села Цакир Закаменского аймака Бурятии: «Редакция местного радиовещания села Цакир доводит до сведения, что систематически трансляция срывается по вине работников радиоузла» [1]. Подобные сообщения поступали от Тарбага-

тайской, Кабанской радиоредакций, которые были созданы в 1936 г. и считались одними из передовых в Бурятии [2]. Серьезные нарекания также поступали в адрес персонала радиовещательной станции РВ-63, в которых указывалось, что «продолжаются случаи недисциплинированности дежурного персонала вещательной аппаратной — задержка передач на 7 минут» [3]. Помимо задержек случались неоднократные технические остановки радиовещательной станции, что было вызвано, по словам начальника Улан-Удэнского радиоотдела, тем, что «не были вовремя высланы резиновые шланги, два года добываемся, из-за них мы имеем в этом году много технических остановок по РВ-63» [4]. Имелось в виду, что Союзтехрадио не один год затягивало сроки поставки радиооборудования в Бурятию и ставило под угрозу срыва мероприятия по инвентаризации и реконструкции республиканского радиохозяйства, в ходе которых обновлялось кустарное и крайне изношенное оборудование.

В целом в 1938 г. в 18 сельских районах Бурятии насчитывался 21 радиоузел Наркомата связи, 3315 радиоточек, 693 эфирных радиоприемника. Сеть низового радиовещания включала также 7 радиоузлов Наркомзема и Наркомсовхоза [5]. Планирование радиодификации осуществлялось республиканским радиокомитетом, средства же капиталовложений на эти мероприятия поступали из местного бюджета. Для преодоления убыточности сельских радиоузлов был введен хозрасчет. Одновременно с этой мерой Управлением связи были определены размеры абонентной платы за радиослушание: за детекторный радиоприемник 3 руб. в год; за ламповый радиоприемник индивидуального пользования 24 руб. в год; за ламповый приемник коллективного слушания без узла (в избах-читальнях, красных уголках, школах)

36 руб. в год; за ламповый радиоприемник общественно-публичного пользования без узла, т.е. без усилительного устройства (в парках, спортивных площадках, вокзалах), 50 руб. в год [6].

В рассматриваемый период было усилено руководство со стороны Всесоюзного радиокомитета, Наркомата связи СССР, требовавших обеспечить в БМАССР четкую и безаварийную работу радиоузлов машинно-тракторных станций и обслуживаемых ими радиоточек, эфирных установок системы Наркомзема и Наркомсовхоза, особенно в период подготовки и проведения весеннего сева и выборов в Верховный Совет РСФСР. Первоочередными задачами предусматривалось: провести проверку всех эфирных радиоустановок с целью их нормальной работы; проверить состояние трансляционной работы радиоузлов под углом обеспечения трансляции ими важнейших политических и художественных передач (выпуски центральных и областных «Последних известий», обзор центральных и местных газет, доклады, выступления, беседы, лекции лекторов пропаганды и агитации, трансляция детских передач); созвать областное совещание работников узлов системы Наркомсовхоза и Наркомзема при областном земельном управлении с обсуждением ряда вопросов по готовности к проведению весеннего сева и выборов в ВС РСФСР [7].

В ходе их выполнения предполагалось расширение полномочий лиц, отвечающих за радиоузлы и радиовещание в районах и аймаках республики. На созданном в 1939 г. бюро ОК ВКП(б) БМАССР было принято решение о введении в номенклатуру аймачных комитетов партии заведующих районными радиоузлами [8]. В дальнейшем на них была возложена ответственность за планирование деятельности радиоузлов, выдавалось специальное разрешение республиканского Управления связи на сотрудничество с Союзтехрадио по вопросам строительства проволочно-вещательных узлов совхозов, колхозов и других организаций. Эти шаги способствовали проявлениям самостоятельности и инициативы со стороны ответственных лиц. Так, в рассматриваемый период по инициативе заведующего Тункинским радиоузлом было принято специальное постановление местного айкома ВКП(б) по улучшению радиообслуживания населения, которым предусматривался ряд задач: перестроить работу радиоузлов и поставить качество работы на должную высоту; ежемесячно составлять план радиоузла, который согласовывать с местными партийными и советскими организациями; в случае повреждения радиоточки устранять повреждение в течение двух часов; довести работу радиоузлов до 11–12 часов в сутки [9].

Растущая активность на местах была новым явлением, но по ряду объективных причин, прежде всего финансовых, оно не получило должного размаха в короткие сроки. Оценивая сложившуюся ситуацию

в сфере радиофикации и радиовещания Бурятии, руководство Наркомата связи СССР было вынуждено констатировать, что «ни техническое, ни хозяйственное состояние радиофикации, а также работа по обслуживанию населения не отвечают предъявляемым требованиям, радиоузлы работают в ряде мест чрезвычайно плохо, многие радиоузлы и радиоточки молчат. Много упущений в финансировании, планировании». Справедливость его слов подкреплялась ситуацией в республиканском радиокомитете и радиоотделе Управления связи. Последний требовал от радиокомитета оплаты за содержание республиканской вещательной студии, однако тот отказывался выплачивать сумму в размере 1500 руб., ссылаясь при этом на Всесоюзный радиокомитет, который в своем циркуляре от 08.04.1938 за № 32–70 разъяснял, что «содержание студий идет за счет технической базы Наркомата связи» [10]. Для устранения подобных противоречий были необходимы меры, которые позволили бы добиться прогресса в организационно-техническом укреплении радиовещания Бурятии. Своевременным решением явилось издание Наркоматом связи СССР приказа № 112 о включении плана радиофикации в общий план хозяйства связи, которым «создавались условия для планирования, снабжения, финансирования и учета наряду с остальными отраслями связи» [11]. Приказ также предусматривал серьезные структурные изменения: «В целях улучшения работы и усиления оперативности в руководстве хозяйством радиофикации выделить отдел радиофикации из состава радиоуправления НКС связи с непосредственным подчинением наркому связи. Существующие радиоотделы разделить на два самостоятельных отдела: отдел радиосвязи и отдел радиофикации с непосредственным подчинением» [12]. Таким образом, процесс радиофикации в республике после выхода данного приказа был максимально централизован, повысилась исполнительская дисциплина среди заведующих радиоузлами, постепенно были урегулированы противоречия между радиокомитетом и радиоотделом. Об этом можно судить по характеру переписки между ними в декабре 1939 г., содержащем, в частности, информацию о том, что «Приказом по Бурят-монгольскому радиокомитету № 150 объявляется благодарность работникам радиосвязи, редактору литературно-драматического вещания Шавер Д. Г.— за организацию и проведение внестудийной передачи с избирательного участка в день выборов, уполномоченной по Кабанскому району Тимошиной объявить благодарность за хорошую подготовку Кабанского района к актуальной передаче, посвященной выборам в местные советы депутатов трудящихся, и премировать 200 руб.» [13].

Укрепление и развитие республиканского радиовещания было ознаменовано переходом к новой сетке вещания. В соответствующем приказе председателя

Бурят-Монгольского радиокомитета Старобыкина содержалось требование к заведующим радиоузлами в связи с переходом радиокомитета с 1 января 1940 г. на новую сетку вещания строго придерживаться его при радиотрансляции [14]. Новая сетка ежедневного вещания включала выпуски «Последних известий», начиная с 8 утра, передачи сектора пропаганды и агитации, статьи из республиканских газет, ретрансляции Москвы, передачи для школьников, концерты и т.д. [16].

Программирование эфира в новых условиях потребовало от радиокомитета мобилизации всех имеющихся ресурсов, усиления кадрового состава, повышения качества передаваемых в эфир материалов, овладение более широкими возможностями радиокоммуникации. Переход от месячного планирования радиопередач, который практиковался ранее, к годовой сетке вещания явился важным этапом на пути разворачивания социальных функций радио как средства массовой коммуникации. Прежний план передач радиокомитета, утвержденный в 1936 г., был рассчитан всего лишь на двухчасовое вещание (в сутки) бурятского радиокомитета. Ниже приводится план передач республиканского радиокомитета на 1 октября 1936 г.:

12.00–12.25 Обзор республиканской печати
12. 25–13.00 Концерт народной бурятской песни
18. 00–18.25 Последние известия на бурятском языке
18. 45–19.10 Концерт домрового квинтета
19.10–19.35 Литературная передача для детей
«Каштанка» на бурятском языке
19.35–20.00 То же
20.00–20.10 Объявления [17].

Следует отметить, что в 1936 г. выпуски «Последних известий» на русском и бурятском языках строились по материалам республиканских газет «Бурят-Монгольская правда» и «Буряад-Монголой Унэн», выпуски на бурятском языке отставали на 2–3 дня из-за отсутствия в радиокомитете переводчика. Руководство радиокомитета неоднократно обращалось в ОК ВКП(б) с просьбой укрепить штат квалифицированными литературными и переводческими кадрами с целью улучшения качества передач на бурят-монгольском языке [18].

Вопрос о сетке вещания поднимался в 1937 г. на бюро ОК ВКП(б), где было принято решение, обязывающее радиокомитет в период избирательной кампании в Верховный Совет СССР перейти на десятичасовую сетку вещания, включая трансляции программ Всесоюзного радиокомитета. Наряду с этим прозвучало требование качественно разнообразить передачи, в том числе в выпусках «Последних известий» передавать выступления у микрофона партийных деятелей. Также отделу пропаганды, агитации и печати ОК ВКП(б) было поручено в кратчайшие сроки подобрать работников для радиокомитета

[19]. В дальнейшем партийно-бюрократический аппарат ОК ВКП(б) расширил руководство агитационно-пропагандистской деятельностью радиокомитета и сельских радиоредакций. Ведущей формой этого руководства явилось заслушивание на заседаниях бюро партии докладов руководства республиканского радиокомитета о состоянии постановки партийной пропаганды в аймаках и районах Бурятии. Следующим шагом в усилении партийно-политической пропаганды на радио явилось создание сети районных радиопартаудиторий в помощь местным пропагандистам. Бюро ОК ВКП(б) придавало важное значение данной кампании, на ее организацию и проведение были предусмотрены значительные суммы из республиканского бюджета. В целом создание сети районных радиопартаудиторий было запланировано в следующих населенных пунктах:

- Кабанск (50 точек) — 2500 руб.;
- Хоринск (50 точек) — 2500 руб.;
- Тарбагатай (50 точек) — 2500 руб.;
- Мухор-Шибирь (20 точек) — 2000 руб.;
- Кяхта (50 точек) — 2500 руб.;
- Селенгинск (40 точек) — 2000 руб.;
- Еравна (40 точек) — 2000 руб.;
- Закамна (40 точек) — 2000 руб.;
- Джида (40 точек) — 2000 руб.;
- Баргузин (60 точек) — 3000 руб.;
- Баунт (40 точек) — 2000 руб.;
- Тунка (40 точек) — 2000 руб.;
- Бичура (40 точек) — 2000 руб.;
- Заиграево (40 точек) — 2000 руб.;
- Северо-Байкальск (60 точек) — 3000 руб.;
- Железнодорожный район (40 точек) — 2000 руб.;
- Центральный район (40 точек) — 2000 руб.;
- Пригородный район (40 точек) — 2000 руб.;
- Парткабинет зала заседания ОК ВКП(б) (100 точек) — 5000 руб. [20].

Указанные цифры сопровождалось разъяснением, в котором говорилось о том, что «все работы по организации и техническому оборудованию райрадиопартаудиторий провести через отделение Конторы Союзтехрадио с установлением мощных приемников системы ТАСС во всех партийных кабинетах и с усилителями. Оборудование закончить к 01.10.1939 г.» [Там же].

Итоги этой работы были заслушаны в 1940 г. на ноябрьском бюро ОК ВКП(б), где были высказаны замечания в адрес республиканского радиокомитета по поводу слабого освещения по радио партийно-политической, хозяйственной и культурной жизни республики. Общественно-политическое вещание на бурятском языке составило всего лишь 22% от всего объема собственного вещания радиокомитета. В выпусках «Последних известий» передавались преимущественно материалы из центральных газет и сообщения ТАСС. Из-за недостаточной

подготовки содержание микрофонных материалов сельских радиоузлов оставалось на низком уровне, отмечалась слабая закрепляемость кадров заведующих радиоузлами. С целью искоренения выявленных недостатков бюро обкома партии было принято специальное постановление, предусматривающее следующие меры:

— обязать председателя радиокомитета т. Старобыкина решительно улучшить работу радиовещания в республике, добившись строгого контроля, предварительной подготовки материала для трансляции, вовлечение стахановцев, руководящих работников и организовать всестороннее освещение партийной, хозяйственной и культурной жизни Бурят-Монголии;

— безотлагательно повысить качество вещания на бурятском языке, увеличив его удельный вес в общем вещании радиокомитета, доведя общественно-политическое вещание на бурятском языке до 50%, а художественное вещание до 20–30%. Одновременно развернуть работу с радиолюбителями республики и добиться создания при клубах, школах, предприятиях кружков радиолюбителей;

— усилить передачу лекций и бесед в помощь изучающим историю ВКП(б) по станции РВ-63;

— обязать радиокомитет и райкомы партий усилить руководство и систематически проверять работу районных редакций узлового вещания;

— обязать отдел кадров ОК ВКП(б) не позднее 15.11.1940 г. полностью подобрать и представить на утверждение бюро ОК ВКП(б) руководящих работников радиокомитета;

— обязать секретарей Бичурского и Джидинского аймкомов партии не позднее 25.11.1940 г. подобрать уполномоченных радиовещания;

— отделу пропаганды и агитации ОК ВКП(б) через 3 месяца проверить выполнение настоящего постановления и о результатах доложить в бюро обкома партии [21].

Из данного постановления становится ясно, что в рассматриваемый период внедряется практика

утверждения руководящих кадров местного радиокомитета органами партийного руководства республики. По такому же порядку подбирались и утверждались кадры уполномоченных радиовещания, призванных осуществлять предварительную цензуру микрофонных папок.

Примечательным фактом явилось то, что в этот период в эфире республиканского радиокомитета и сельских радиоузлов Бурятии впервые появились регулярные метеосводки. Большую работу в этом направлении провели Управление гидрометеорологической службы и местные связисты, которые на протяжении всего 1940 г. проводили в районах и аймаках республики разъяснительную работу о необходимости оперативно и своевременно передавать информацию метеослужбы [22].

ЛИТЕРАТУРА

1. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 206. Л. 15.
2. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 206. Л. 9, Л. 12.
3. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 4. Д. 78. Л. 37.
4. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 4. Д. 78. Л. 72.
5. ГАРБ. Ф. Р. 298. Опись 2. Д. 49. Л. 143.
6. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 146. Л. 47.
7. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 126. Л. 138.
8. ГАРБ. Ф. 1П. Оп. 1. Д. 3425. Л. 115.
9. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 4. Д. 78. Л. 79.
10. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 4. Д. 78. Л. 16.
11. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 126. Л. 31.
12. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 146. Л. 163.
13. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 206. Л. 15.
14. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 206. Л. 12.
15. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 206. Л. 13.
16. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 2. Д. 206. Л. 14.
17. ГАРБ. Ф. 1П. Оп. 1. Д. 2822. Л. 100.
18. ГАРБ. Ф. 1П. Оп. 1. Д. 2822. Л. 120.
19. ГАРБ. Ф. 1П. Оп. 1. Д. 2941. Л. 55.
20. ГАРБ. Ф. 1П. Оп. 1. Д. 3428. Л. 105.
21. ГАРБ. Ф. 1П. Оп. 1. Д. 3605. Л. 34.
22. ГАРБ. Ф. Р. 298. Оп. 4. Д. 78. Л. 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16.

Бурятский государственный университет

Шагдарова Б. Б., кандидат исторических наук, доцент

E-mail: Bayarma70@mail.ru

Buryat State University

Shagdarova B. B., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

E-mail: Bayarma70@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.