

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

PROCEEDINGS OF VORONEZH STATE UNIVERSITY SERIES:
PHILOLOGY. JOURNALISM

УЧРЕДИТЕЛЬ:

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

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА:

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

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ:

Главный редактор – В. В. Тулупов, д-р филол. наук, проф.; заместитель главного редактора – О. А. Бердникова, д-р филол. наук, доц.; ответственный секретарь – М. Е. Новичихина, д-р филол. наук, проф. Члены редколлегии: А. В. Сосновский, д-р гуманитарных наук, проф. (г. Берлин, Германия); Б. Я. Мисонжников, д-р филол. наук, проф. (СПбГУ, г. Санкт-Петербург); А. В. Млечко, д-р филол. наук, доц. (ВолГУ, г. Волгоград); В. Ф. Олешко, д-р филос. наук, проф. (УФУ, г. Екатеринбург); Т. А. Тернова, д-р филол. наук, доц.; Г. Ф. Ковалев, д-р филол. наук, проф.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-19722 от 7 апреля 2005 г.

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

Журнал принимает к публикации статьи по специальностям: 5.9.1 – Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки), 5.9.4. - Фольклористика (филологические науки), 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки), 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России (филологические науки).

Адрес редакции,
издателя: 394018, г. Воронеж, Университетская пл., 1
Воронежский государственный университет
Редакция журнала «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика»
E-mail: vlvtul@mail.ru
Тел.: +7 (473) 274-52-71

© Воронежский государственный университет, 2023



СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ

<i>Алтынбаева Г. М., Дорофеева Ю. Г.</i> «ПРОЗА ОТЧАЯННОГО ПОКОЛЕНИЯ»: ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ЛИТЕРАТУРЫ «ТРИДЦАТИЛЕТНИХ».....	5
<i>Кубышкин И. А.</i> О СИНТАКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВАХ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМОТИВНОСТИ И ОЦЕНОЧНОСТИ В РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ	11
<i>Кузьменко П. Б., Ломова Т. М.</i> СЕМАНТИКА? ФУНКЦИИ СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕ БЕЗ N _{GEN}	15
<i>Куйдина Е. П.</i> ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ РЫБ (НА МАТЕРИАЛЕ ВОРОНЕЖСКИХ ГОВОРОВ).....	19
<i>Лю Сяоя.</i> ЦВЕТОВАЯ СИМВОЛИКА В МОТИВЕ ОДИНОЧЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ПОВЕСТЕЙ А. П. ЧЕХОВА «ЧЕРНЫЙ МОНАХ» И «БАБЬЕ ЦАРСТВО»	22
<i>Мерзликина Н. С.</i> СЕМАНТИКА НЕСЧАСТЬЯ В РОМАНАХ И. А. ГОНЧАРОВА «ОБЫКНОВЕННАЯ ИСТОРИЯ» И «ОБЛОМОВ».....	26
<i>Оспанова Э. М.</i> ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В. К. КЮХЕЛЬБЕКЕРА И А. Ф. ОДОЕВСКОГО В «МНЕМОЗИНЕ»	31
<i>Пестова А. Р.</i> ОТМЫВАНИЕ ДОХОДОВ, ЛАСТИК И НАЦЕЛО: РАЗГОВОРНЫЕ ИЛИ НЕЙТРАЛЬНЫЕ?.....	34
<i>Попова Е. А., Рамазанова Ю. А.</i> ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОППОЗИЦИИ «СВОЙ — ЧУЖОЙ» (НА МАТЕРИАЛАХ ЛИПЕЦКОГО ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЖУРНАЛА «ПЕТРОВСКИЙ МОСТ»).....	38
<i>Правда Е. А.</i> ПРОСТЫЕ СРАВНЕНИЯ В ЯЗЫКЕ БАСЕН И. А. КРЫЛОВА: СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ	42
<i>Пращерук Н. В.</i> «ПИСЬМА ИЗ ДОНЕЦКА» Л. П. КВАШИНОЙ: ЭГО-ТЕКСТ, ДОКУМЕНТ ЭПОХИ И ФАКТ ЛИТЕРАТУРНОЙ ЖИЗНИ	46
<i>Ряжских Е. А., Хорошунова И. В.</i> О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ СОЧЕТАНИЯ СОБИРАТЕЛЬНЫХ ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ С СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫМИ — НАИМЕНОВАНИЯМИ ЛИЦ (ИЗ ПРАКТИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ СТУДЕНТАМ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ).....	53
<i>Ахмед Саадун Джамил.</i> ЭПИТЕТ КАК ОДНА ИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ИДИОСТИЛЯ К. Г. ПАУСТОВСКОГО	57
<i>Сатарова Л. Г., Гречушкина Н. В., Стюфляева Н. В.</i> ВОСПИТАНИЕ «ИСТИННЫМ ХРИСТИАНСТВОМ» (СВЯТИТЕЛЬ ТИХОН ЗАДОНСКИЙ И Н. С. ЛЕСКОВ).....	61
<i>Серебрякова Е. Г.</i> ТЕЗАУРУС СОВЕТСКИХ ИНАКОМЫСЛЯЩИХ 1970-Х ГОДОВ	66
<i>Шпилевая Г. А., Бондаренко В. А., Толчеева Е. А.</i> ФУНКЦИЯ ДЕТАЛИ В РАССКАЗЕ И. С. ТУРГЕНЕВА «ЧАСЫ» (1875)	72
<i>Юмашева В. В.</i> ИГРА КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МЕТОД В ТРАДИЦИЯХ ПОСТМОДЕРНИЗМА И АБСУРДА.....	76

ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Антоненко Ц. А.</i> ЭТАПЫ И ПРОЦЕССЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ ДОНБАССА	79
<i>Базикян С. А.</i> СОВРЕМЕННАЯ ЦИФРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ВЕДУЩИЕ ТРЕНДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ.....	82
<i>Омарбл Бестун.</i> РАЗВИТИЕ КУРДСКИХ СМИ В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕМЕН В ИРАКЕ.....	87
<i>Богуславская В. В., Хунбо Юй.</i> НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ТЕХНИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ	90
<i>Брусенская Л. А., Беляева И. В.</i> ГЕНДЕРНЫЕ ПАРАДОКСЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ.....	93
<i>Гладышева С. Н.</i> АЛЬМАНАХИ РУССКОГО БЕРЛИНА (1920–1930): ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ, ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	98
<i>Дугужев Т. М.</i> ОБРАЗ ВЕДУЩЕГО ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ФУНКЦИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА УНИВЕРСАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛАХ	102
<i>Замелова Ю. В.</i> АУДИТОРНЫЙ И ДРУГИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОЙ ПРЕССЫ	106
<i>Кадырова Г. Х.</i> МЕДИАОСВЕЩЕНИЕ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ В ФОРМАТЕ МЕДЛЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	109
<i>Каминская Т. Л., Молодцов И. Н.</i> ЭКОСИСТЕМА КАК НОВАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ДЛЯ МЕДИА.....	115
<i>Куликова Э. Г.</i> ВЕРБАЛИЗОВАННАЯ АВТОРСКАЯ РЕФЛЕКСИЯ В КОНТЕКСТЕ ИДЕЙ ЛИНГВОЭКОЛОГИИ	120
<i>Лопаткина С. В., Шармаева М. С.</i> РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ТЕМАТИКИ В АСПЕКТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В СМИ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ.....	125
<i>Лопухов С. В.</i> СМЕХОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	129
<i>Мельник Н. Д.</i> В ПОИСКАХ МАГИЧЕСКОГО ТЕАТРАЛЬНОГО КРИСТАЛЛА: «ЛЮБОВЬ К ТРЕМ АПЕЛЬСИНАМ. ЖУРНАЛ ДОКТОРА ДАПЕРТУТТО» (1914–1916)	133
<i>Миндалин А. Е.</i> ТИПОЛОГИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ «НИШЕВЫХ» КАНАЛОВ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ.....	140
<i>Мордвинова П. А.</i> ГОРОДСКИЕ И РАЙОННЫЕ ПАБЛИКИ «ВКОНТАКТЕ» КАК НОВЫЕ МЕДИА	144
<i>Нью Хэ.</i> ЭВОЛЮЦИЯ ИМИДЖА КИТАЯ В МИРОВЫХ МАССМЕДИА	149
<i>Овсейко В. И.</i> РАБОТА ОРЕНБУРГСКИХ СОЦИАЛ-ДЕМОКРАТОВ ПО СОЗДАНИЮ И ПОДДЕРЖКЕ НЕЛЕГАЛЬНЫХ ОППОЗИЦИОННЫХ ИЗДАНИЙ В 1906–1907 ГГ.....	153
<i>Сибиряков И. В., Перезовова О. В.</i> РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И НОВЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	160
<i>Старых Н. В.</i> СОВЕТСКОЕ ЗАЗЕРКАЛЬЕ: ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В ОТРАЖЕНИИ РЕКЛАМНЫХ ПОЛОС «ВЕЧЕРНЕЙ МОСКВЫ».....	164
<i>Шульга М. С.</i> ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЗДАНИЯ «КУЛЬТУРА» (1929–2023 ГГ.)	172
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	176

Proceedings of Voronezh State University

SCIENTIFIC JOURNAL



SERIES:
PHILOLOGY. JOURNALISM
Published quarterly

Series: Philology. Journalism. 2023. № 3. July – September

CONTENTS

PHILOLOGY

<i>Altynbaeva G. M., Dorofeeva Y. G.</i> DESPERATE GENERATION PROSE: THE MAIN FEATURES OF THE "THIRTY-YEAR-OLD" GENERATION ("MILLENNIALS") PROSE	5
<i>Kubysheva I. A.</i> ON SYNTACTIC MEANS OF REPRESENTING EMOTIVITY AND EVALUATIVENESS IN RUSSIAN POLITICAL DISCOURSE	11
<i>Kuzmenko P. B., Lomova T. M.</i> SEMANTICS, FUNCTIONS AND WAYS OF TRANSLATION OF THE CONSTRUCTION NOT WITHOUT NGEN	15
<i>Kuydina E. P.</i> PECULIARITIES OF FISH NOMINATION (ON THE MATERIAL OF VORONEZH COLLOQUIALISMS).....	19
<i>Liu Xiaoya.</i> THE SYMBOLISM OF COLOR IN THE MOTIVE OF A. P. CHEKHOV ON THE MATERIAL OF THE STORY "THE BLACK MONK" AND "INDIAN KINGDOM"	22
<i>Merzlikina N. S.</i> THE SEMANTICS OF MISFORTUNE IN I. A. GONCHAROV'S NOVELS "ORDINARY HISTORY" AND "OBLOMOV"	26
<i>Ospanova E. M.</i> CREATIVE ACTIVITY OF V. K. KUCHELBECKER AND A. F. ODOEVSKY IN MNEMOSYNE"	31
<i>Pestova A. R.</i> MONEY LAUNDERING, ERASER AND ALL: COLLOQUIAL OR NEUTRAL?	34
<i>Popova E. A., Ramazanova Yu. A.</i> LINGUISTIC MEANS OF EXPRESSING THE OPPOSITION "FRIEND — FOE" (BASED ON THE MATERIALS OF THE LIPETSK LITERARY AND ARTISTIC MAGAZINE "PETROVSKY BRIDGE"	38
<i>Pravda E. A.</i> SIMPLE COMPARISONS IN THE LANGUAGE OF FABLES BY I. A. KRYLOV: MEANS OF EXPRESSION.....	42
<i>Prashcheruk N. V.</i> "LETTERS FROM DONETSK BY LYUDMILA KVASHINA": AN EGO-TEXT, A DOCUMENT OF THE ERA AND A FACT OF LITERARY LIFE.....	46
<i>Ryazhskikh E. A., Khoroshunova I. V.</i> THE PROBLEM OF USING COLLECTIVE NUMERALS WITH NOUNS DENOTING PERSONS (FROM THE PRACTICE OF TEACHING STUDENTS OF THE FACULTY OF JOURNALISM)	53
<i>Ahmed Saadoun Jamil.</i> EPITHET AS ONE OF THE FEATURES OF K. G. PAUSTOVSKY'S IDIOSTYLE	57
<i>Satarova L. G., Grechushkina N. V., Styuflyayeva N. V.</i> EDUCATION WITH "TRUE CHRISTIANITY" (ST. TIKHON OF ZADONSK AND N. S. LESKOV).....	61
<i>Serebryakova E. G.</i> THESAURUS OF SOVIET DISSENTERS IN THE 1970S	66
<i>Shpilevaya G. A., Bondarenko V. A., Tolcheeva E. A.</i> THE FUNCTION OF DETAIL IN THE I. S. TURGENEV'S STORY "THE WATCH" (1875)	72
<i>Yumasheva V. V.</i> GAME AS AN ARTISTIC METHOD IN THE TRADITIONS OF POSTMODERNISM AND ABSURDITY	76

JOURNALISM

<i>Antonenko T. A.</i> STAGES AND PROCESSES OF FORMATION INFORMATION FIELD OF DONBASS.....	79
<i>Bazikyan S. A.</i> MODERN DIGITAL JOURNALISM: LEADING FUNCTIONING TRENDS.....	82
<i>Omarbl Bestoon.</i> DEVELOPMENT OF THE KURDISH MEDIA IN THE CONTEXT OF CHANGES IN IRAQ.....	87
<i>Boguslavskaya V. V., Yu Hongbo.</i> NATIONAL SPECIFICS OF TECHNICAL ADVERTISING.....	90
<i>Brusenskaya L. A., Belyaeva I. V.</i> GENDER PARADOXES IN THE MODERN MEDIA SPACE.....	93
<i>Gladysheva S. N.</i> ALMANACS OF RUSSIAN BERLIN (1920–1930): HISTORY OF CREATION, FEATURES OF FUNCTIONING.....	98
<i>Duguzhev T. M.</i> THE IMAGE OF A TV HOST AS A WAY TO IMPLEMENT THE CULTURAL AND EDUCATIONAL FUNCTION OF TELEVISION ON ALL-INTEREST TV CHANNELS.....	102
<i>Zamelova J. V.</i> CLASSROOM AND OTHER FACTORS OF THE DEVELOPMENT OF THE SPORTS PRESS.....	106
<i>Kadyrova G. Kh.</i> MEDIA COVERAGE OF THE BEAUTY INDUSTRY IN THE FORMAT OF SLOW JOURNALISM.....	109
<i>Kaminskaya T. L., Molodtsov I.N.</i> THE ECOSYSTEM AS A NEW BUSINESS MODEL FOR THE MEDIA.....	115
<i>Kulikova E. G.</i> VERBALIZED AUTHOR'S REFLECTION IN THE CONTEXT OF THE IDEAS OF LINGUOECOLOGY.....	120
<i>Lopatkina S. V., Sharmaeva M. S.</i> TOPICS IN THE ASPECT OF REGIONAL TOURISM IN THE MEDIA OF THE REPUBLIC OF KHAKASSIA.....	125
<i>Lopukhov S. V.</i> FUNNY INTERNET GENRES IN THE MODERN COMMUNICATIVE SPACE.....	129
<i>Melnik N. D.</i> IN SEARCH OF A MAGICAL THEATRICAL CRYSTAL: "LOVE FOR THREE ORANGES. THE JOURNAL OF DR. DAPERTUTTO" (1914–1916).....	133
<i>Mindalin A. E.</i> TYPOLOGY OF DOMESTIC "NICHE" MEDIA COMMUNICATION CHANNELS.....	140
<i>Mordvinova P. A.</i> THE CITY AND DISTRICT VK COMMUNITIES AS NEW MEDIA.....	144
<i>Niu He.</i> THE EVOLUTION OF CHINA'S IMAGE IN THE WORLD MASS MEDIA (1980–2022).....	149
<i>Ovseiko V. I.</i> THE WORK OF THE ORENBURG SOCIAL DEMOCRATS TO CREATE AND SUPPORT ILLEGAL OPPOSITION EDITIONS IN 1906–1907.....	153
<i>Sibiryakov I. V., Perevozova O. V.</i> REGIONAL ENVIRONMENTAL ISSUES AND NEW MEDIA.....	160
<i>Starykh N. V.</i> SOVIET THROUGH THE LOOKING-GLASS: EVERYDAY LIFE IN THE REFLECTION OF THE ADVERTISING STRIPS «EVENING MOSCOW».....	164
<i>Shulga M. S.</i> TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS OF THE PERIODICAL KULTURA (1929–2023).....	172
SUBMISSION GUIDELINES.....	176

«ПРОЗА ОТЧАЯННОГО ПОКОЛЕНИЯ»: ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ЛИТЕРАТУРЫ «ТРИДЦАТИЛЕТНИХ»

Г. М. Алтынбаева, Ю. Г. Дорофеева

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

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: в статье на материале прозы молодых отечественных писателей выдвигаются и обосновываются основные черты нового поколения писателей — «тридцатилетних» («миллениалов»). Дается характеристика поколенческой проблематики. Материалом послужили более 30 текстов «тридцатилетних», оценки этих произведений известными отечественными критиками, а также интервью с писателями.

Ключевые слова: новейшая русская литература, проза «тридцатилетних» («миллениалов»), В. Богданова, А. Володина, С. Гаврилов, К. Гептинг, Е. Манойло, К. Рябов, И. Савельев, М. Турбин, И. Ханипаев.

Abstract: the article investigates the prose of the contemporary Russian writers and identifies its main features. Thus, the article regards this prose as the prose of a new writers' generation — a "thirty-year-old" generation ("Millennials"). The article characterizes their generational problem. The research is based on more than 30 texts of the "thirty-year-old" writers, as well as critics' reviews and writers' interviews.

Keywords: contemporary Russian literature, "thirty-year-old" generation ("Millennials") prose, V. Bogdanova, A. Volodina, S. Gavrillov, K. Hepting, E. Manoilo, K. Ryabov, I. Savelyev, M. Turbin, I. Hanipaev.

После 2015 года в русской и зарубежной литературе заявило о себе новое поколение писателей. Они получили название — миллениалы (Millennials). Если книги Салли Руни, Адиба Хоррама, Анны Винер и других у отечественных читателей на слуху, то к прозе русских миллениалов только начинают присматриваться. Сами писатели чаще отзываются на определение «тридцатилетние». Надо признать, что это, действительно, писательское поколение. Они не только собираются вместе благодаря премии «Лицей», АСПИ, но и журналам «Знамя» и «Юность», которые открыли им путь в современном литературном процессе, активную издательскую жизнь, дали хороший рекламный потенциал. В их текстах есть много общих черт.

Границы поколения «тридцатилетних» отсчитываются от 2015–2017 гг. Но есть в этом списке авторов один прецедент — Игорь Савельев, первый большой текст которого «Терешкова летит на Марс» вышел в 2012 году в «Новом мире» (№ 8–9). В этом романе, как сейчас мы видим, уже тогда наметились черты будущего поколения «тридцатилетних». Но тогда Савельев был один и не вписывался в литературный контекст поколения, потому, к сожалению, и его произведение не было замечено. А позже, когда поколенческих текстов русских миллениалов стало много, о нем уже не вспомнили. В 2015 году

в издательстве «Эксмо» была запущена серия «Проза отчаянного поколения». Роман Игоря Савельева «ZЕВС» стал официально первым в ней. Спустя 8 лет можно признать, что название серии, которая, к сожалению, не получила книгоиздательского успеха, как нельзя точно отражает суть прозы поколения.

Само понятие «миллениалы» хорошо разработано в социологии [1; 2], психологии, маркетинге. Впервые термин был предложен У. Штраусом и Н. Хау. Различные масштабные исследования [3] выявляют характерные черты и типы данного поколения. На основе реакции на экономические, социальные, политические, научно-технические процессы, происходящие в мире, миллениалов называют также поколением Y (или просто «игреками»), поколением Pepsi, поколением Next, поколением Питера Пэна, поколением «большого пальца». Эти обозначения фиксируют и технологический прорыв, и инфантильность некоторых представителей, и ориентацию на новинки и бренды, и некую растерянность, неизвестность (медленно пытаются найти себя — свое призвание, предназначение, родственную душу). Подобные приметы видим и в жизни, и в характерах литературных героев прозы «тридцатилетних».

Характеристики типажей и образа жизни русских миллениалов, даваемые социологами, порой совпадают с характерами, судьбами, представленными в отечественной прозе последнего десятилетия. Степан Гаврилов в «Опытах бесприютного

неба» основной чертой нового класса, называемого им джипси, считает недоверие к любой системе, что порождает отрицание любых авторитетов, планов, течений, привычных жизненных устоев (семья, отношения с близкими и друзьями, желание самореализоваться, стабильная работа и т.п.). «Любой авторитет, навязываемый социумом — официальная власть, духовенство, популярная культура, — не имеет веса в системе ценностей джипси <...> Эти люди не имеют веры в социально одобряемые авторитеты, будущее, карьерный рост, религию и деньги. Они даже не могут нормально заняться саморазрушением!» [4; 126, 128]. Социологи отмечают идентичные признаки «игреков»: отсутствие каких-либо героев для миллениалов, политическое равнодушие, неподчинение иерархическим структурам, нежелание вписывать себя в какие-либо бюрократические отношения, системы. Алексей Бобровский, герой романа Кирилла Рябова «Пёс», в свои сорок два года «в глубокой жопе» [5, 21]: травмированный — и физически (сильная контузия), и морально (постоянно всплывает в памяти, как он пытается и не может спасти оказавшуюся под завалом после взрыва женщину) — участием в чеченской кампании, он не обрел профессию, постоянно меняет работу (работник автомастерской, продавец сигарет, сборщик мебели, безработный). У него нет никакой собственности (квартиры, машины, современных гаджетов). Часто он жил на деньги, зарабатываемые женой Настей, которая внезапно скончалась, не сказав ему о займе в 150 тысяч, которые теперь немисливо жестокими способами пытаются выбить из Алексея коллекторы. Такими неотъемлемыми показателями статуса и возраста, как отдельное от родителей собственное жилье, материальные ценности, успехи в карьере, «игреки», по мнению социологов, не обременены. Литература всегда тесно переплетается с реальностью. Критик Лев Данилкин говорит, что, читая тексты лауреатов, начинаешь «больше понимать о своих соотечественниках — и в конечном счете доверять им, какими бы странными, нелепыми, неприемлемыми, аллергенными они вам ни казались» [6, 18].

Майя Кучерская назвала прозу «тридцатилетних» личной, считая, что в ней отражается вся русская жизнь, что это «проницательный и точный диагноз современной России» [7, нахзац]. С этим можно поспорить (но не сейчас). Однозначно не хотелось бы, чтобы следующие поколения, прочитав произведения миллениалов, подумали, будто Россия 1990–2020 гг. — это сплошные алкоголики, наркоманы, насильники, несчастные травмированные в детстве одинокие люди, не встретившие на своем пути ни одного доброго человека. Проза «тридцатилетних» не о России, а об острых социальных, моральных вопросах, с которыми сталкивается человек. Член жюри «Лицей», критик и писатель Павел Басинский отмечает, что молодые писатели «берутся за социальные темы

просто потому, что не вправе быть равнодушными. Берутся энергично, спокойно, даже деловито. Как волонтеры» [8, 13]. Сергей Шаргунов говорит, что миллениалы «легко берутся за любые взрывоопасные темы, потому что не умеют бояться» [9, 9]. Об отсутствии страха у нового поколения писателей безоговорочно заявляет Лев Данилкин: «они не боятся никого и ничего; у них волчий аппетит, сильные ноги и острые зубы, которые они готовы вонзить во все, что движется, стоит или лежит — и не только плохо, но и хорошо. Они явно относятся к окружающей действительности критически — когда со скепсисом, когда с иронией, а когда и с отвращением, — однако самокопание и бесконтактное, через посредничество “истории” и “прошлого”, исследование действительности — это не про них. Их интересует всякий, без разбора, — страшный, смешной, экзотический — опыт; любые ситуации, где люди начинают вести себя “не по правилам” и иррационально: война, тотальное лицемерие, искусственная маргинализация инакомыслящих» [6, 10].

Писатели-миллениалы обращаются к темам домашнего насилия, инцеста, потери близких, взросления и самоопределения, построения своей идентичности, к деонтологическим темам: война, очерствение человека в *a priori* гуманных профессиях — медик, полицейский, учитель, отношение людей к больным ВИЧ, онкологией, психическими расстройствами и другими заболеваниями.

Повесть «Плюс жизнь» Кристины Гептинг написана от лица 18-тилетнего Спирина Льва Валерьевича, ВИЧ-инфицированного от рождения. Она скупа на детали, не вызывает страха и омерзения. Она без надрыва рассказывает, как жить с такими людьми, чтобы самому оставаться Человеком. Повесть адресована не ВИЧ-больным, а тем, кто их окружает, чтобы они/мы посмотрели на себя со стороны, мы, позиционирующие себя прогрессивными, образованными, свободными от предрассудков. Влюбленная в Льва Арина («на вид ей было лет шестнадцать» [10, 29]) риторически «распалается» об окружающих: «Почему они такие тупые и бесчувственные? И ведь считают, что борются за добро. Смех, да и только. Одна вот подмышки не бреет и красит, другая кормит грудью на каждом углу показательно, третья настолько прониклась идеями ненасилия, что котиков одуванчиками кормит. Идиотки. Мир-то и не в курсе, что они его, оказывается, преобразуют. Они хотят быть феминистками, благотворителями, защитниками животных, естественными родителями, еще хрен знает кем... Человеком, твою мать, никто быть не хочет! А главное, любого, кто от них отличается, они сожрут и не подавятся» [10, 67]. В искренности возмущения Арины сквозят детская непосредственность, гуманизм, альтруизм, вытесняемые во взрослых бытовым «материализмом» — желанием иметь жилплощадь, защитить любой ценой своих детей,

даже если опасность кажущаяся, маячащая вдалеке. Руководствуясь именно такими мотивами, тетка главного героя, проявлявшая к нему некоторое участие в детстве (ведь ребенок не виноват в ошибках родителей), разрушает жизнь его повзрослевшего (ведь он может все-таки оказаться заразным).

Главный герой романа Михаила Турбина «Выше ноги от земли» — молодой хирург Илья Руднев из провинциального города, пытающийся обрести себя заново после семейной трагедии. «Он почувствовал себя деревом, по которому ударили топором и с которого слетели все птицы» [7, 283], — описывает Турбин состояние своего героя. Спасая чужие жизни на операционном столе, он всё меньше смысла видит в собственном существовании. Он всё делает механически, периодически вспоминая и прокручивая в голове всё, что было до и после гибели жены и сына: свое детство, родителей, знакомство с Сашей, их роман, поездку в Париж, попытки «спасти» жену, короткую жизнь сына Вани, — это постепенно собирает картину прежней жизни Ильи, которая соединяется с настоящими событиями (больничные будни, наблюдения за жизнью семьи соседа-священника Федора и матушки Ольги, связь с медсестрой, отношения с братом Зазой, почти детективное спасение сирот Кости и Насти). Во всём этом нет ни психологического, ни духовного поиска и роста. Почти механические движения, почти равнодушное отношение ко всему, «желание рефлекторное, нутряное» [7, 83]. «Некоторые люди не могут пережить, и это нормально» [7, 220]. В последней главе, кажется с надеждой, время действия — весна и «трепетное ожидание лета», Илья Руднев уезжает с братом в Питер, чтобы начать новую жизнь («Дорога пела, звала под огромное чистое небо» [7, 317]), но путь этот открыт, вполне реалистичен: «Он будто ехал к началу, и как-то страшно и торжественно было на душе» [7, 317]. И вдруг в конце — гоголевский фантастический поворот — фантом погибшего сына. «Он увидел отражение милого, навечно детского лица с огромными серыми глазами, которые вечно смотрели на отца с восторгом и любовью» [7, 317]. При этом концовка похожа на финал романа Е. Манойло «Отец смотрит на запад», где Катя, уезжая, увидела призрак умершего брата Маратика: «обернулась и в тени бетонного козырька опять увидела ребенка. <...> Напоследок улыбнулся и замахал ручкой» [11, 259]. Такое совпадение наводит нас на мысль об определенной «сделанности» прозы «тридцатилетних», поколения профессиональных по замыслу писателей, выпускников филфаков и литературных мастерских. Этот аспект прозы «тридцатилетних» требует специальной разработки.

Несмотря на то, что в центре произведений «тридцатилетних» — судьба главного героя, очень часто на читателя обрушиваются страшные жизненные перипетии второстепенных персонажей как конста-

тация факта, без жалости, сопереживания, мимоходом. Как безнадежная, безысходная данность, как последствие социальной неустроенности и разобщенности, общественно-политических потрясений, пережитых страной. Проститутка Кристина («Пёс») буквально выпаливает пришедшему клиенту, почему она боится сойти с ума: «Мне было двенадцать лет. Мама родила братика. Потом братик умер в полгода. И мама свихнулась от горя. Она билась головой о стену. Била меня. Потом пошла на кладбище, выкопала тело и принесла домой. Это было ужасно. Её отправили в психушку. Меня в интернат. Отец нас бросил. Мне всё это снилось. И сейчас опять стало сниться. Я очень боюсь сойти с ума. Двух детей я сдала в детдом. Потом два аборта. Это какое-то проклятие» [5, 68]. Разумеется, клиент взбешен таким откровением, постоянно пытается прервать короткую исповедь выкриками «заткнись, сука чокнутая!», «надо же такую собачатину пороть!» [5, 68]. Это крик не в защиту, это контраст оглушительной тишине, в которой закупорена и живет Кристина с 12 лет — ни дружеского участия, ни помощи государственных структур она не знает. Автор рисует «чернуху» (или, как говорят сами писатели, «хтонь») при полном отсутствии рефлексии над проблемой. Эту типичную для прозы «тридцатилетних» манеру Степан Гаврилов оправдывает тем, что «новая литература не хочет делать глобальных выводов, <...> но все же она помогает преодолевать сопротивление отчуждающего, свинцового воздуха» [12, 201]. Преодоление молодые писатели видят не в сочувствии и сопереживании, а в факте обращения к животрепещущим темам. Отсутствие эскапизма писателей-миллениалов отмечает Григорий Служитель [13, 13]. Кристина Гептинг проговаривает причину своего второго романа о домашнем насилии: «Я написала “Сестренку”, чтобы обнять всех, кто молчит. Всех таких “хороших” или таких “плохих” девочек, внутри которых слова. Слова, которые они, возможно, никогда не произнесут» [14, нахзац].

Нарративная структура прозы миллениалов, как правило, — исповедь, внутренний монолог, дневник. Композиция выстраивается нелинейно: герои постоянно мысленно переносятся в разные периоды своей жизни; автор может дать оценку событию, заглянув в будущее. Часто используется приём изложения одного и того же события несколькими участниками. Повторяясь, застыв во времени и пространстве, оно обрастает новыми подробностями.

Топос выстраивается по принципу оппозиции столичное — провинциальное. Данная оппозиция может быть как сюжетообразующей («Лучшие люди города» Катерины Кожевиной, «Угловая комната» Тимура Валитова), так и служить формой эскапизма («Опыты бесприютного неба» Степана Гаврилова, «Сезон отравленных плодов» Веры Богдановой). Сергей Лебедев считает, что в настоящий момент

растет интерес молодых писателей к малой родине, близким сердцу местам: «Я замечаю у всех, кто пишет, причем не только художественную прозу, интерес к родному региону. Я стал понимать, что, чем дальше я от тех мест, где я родился и вырос, тем больше они мне интересны» [15]. Тем не менее никаких пространственных красочных описаний или точных деталей, позволяющих угадать описываемое, в прозе миллениалов не встречается. Зачастую отсутствует название места действия, оно типично, шаблонно, пейзаж минимален или его нет.

Авторы, родившиеся в 1981–1990 гг., в конце СССР, и не заставшие его сознательно, взрослевшие в тревожные 90-е, создают псевдобиографичные тексты. Псевдопамять формирует мировоззрение героев из «объедков времени»: «Скорбная ностальгия возведена в мазохистский принцип — это доминирующая, фоновая эмоция всех, кто хотя бы месяцем своей жизни застал неведомое лучшее прошлое» [4, 23]. Взросление протекает среди «старого доброго ультранасилия»: драк, грабежей, разбоя, изнасилований, алкоголя и наркотиков, и потому герой литературы миллениалов — «травмированный и бесконечно вглядывающийся в свою травму, нарочито уныло рефлексирующий, распадающийся» [16, 40]. Травма может быть вызвана как физическим, так и эмоциональным насилием. Последнее — судьба Сони («Павел Чжан и прочие речные твари» Веры Богдановой), Жени и Ильи («Сезон отравленных плодов» Веры Богдановой). Первое — изнасилование 13-летней Юльки родным братом («Сестренка» Кристины Гептинг), бесконечные плевки и тумачки двоюродного брата в адрес Кати («Отец смотрит на запад» Екатерины Манойло). Травма, как правило, героями не преодолевается, а внутренне оберегается. Происходит своеобразное упоение жалостью к самому себе, болезненное любование своей неустроенностью, словно это медаль, знак отличия от других, причина «быть не таким, как все», за которыми таится простое человеческое стремление к сочувствию. Вячеслав Ставецкий совершенно прав в своем едком наблюдении: «Быть слабым, ущемленным, отверженным станет выгодно. Слабость превратится в ходкий товар. Многие авторы охотно встроятся в эту парадигму и спешно отрастят себе какое-нибудь страданище или травму, за которые их нужно будет немедленно полюбить» [12, 206]. Ася Володина объясняет бравирование травмирующим опытом так: «Представители нашего поколения часто слышат критику в свой адрес из-за детской заикливости на своих проблемах, ковырянии ран. А точно ли это плохо? Некоторая инфантильность — это то, что должно вызывать сейчас интерес. Наше поколение родилось одновременно со страной, и внимание к детству позволит нам узнать, с чего началась современная Россия» [15].

Тема инфантильности часто возникает при раз-

говоре о миллениалах и их литературных двойниках. Некоторые рьяно защищают молодых писателей («Ни о каком “инфантилизме” нет и речи», это «мудрость в молодости» [6, 19]), однако большинство указывает на незрелость авторов и их героев. Проблема инфантильности, на наш взгляд, вырастает из-за изображаемого конфликта отцов и детей. Одиноким, лишенные родительской любви, внимания и воспитания дети растут либо сиротами, либо в неполных семьях, либо в семьях, только внешне соблюдающих приличия. У родителей нет никакой ответственности, понимания и чувства вины, что испортили жизнь своего ребёнка. «Сама виновата» — несгибаемая позиция взрослых в «Сестренке», «Сезоне отравленных плодов». Родители не сожалеют о смерти дочери («Пёс»), у героя даже не возникает мысли сообщить им, что похороненное тело выкопано и спрятано неизвестно где коллектором, ведь «у Насти были сложные отношения с родителями. Бывало, она ездила к ним в гости, а возвращалась в слезах. Они ей весь мозг выдолбили по поводу неудачного замужества» [5, 59]. Вернувшийся с войны Кузьма («Желание исчезнуть» Константина Куприянова) совершенно не понимает дочь, не видит ее тяжелого переживания утраты матери. Для него смерть — рядовое событие, почти как вдох или прием пищи, поэтому он даже не пытается помочь дочери, только усугубляет ситуацию. В прозе «тридцатилетних» родители нередко оказываются инфантильнее своих детей. В «Протагонисте» Аси Володиной таккова мать Агнии, часто прячущаяся от реальности за книгами или полуистериками. Уход за заболевшей своей матерью она перекладывает на дочь-подростка: Агния кормит бабушку, убирает за ней экскременты из шкафа, когда та захочет пошалить («Мама только хныкала и жаловалась на запах, а я, сцепив зубы, убирала» [17, 200]), расстается с детской мечтой стать актрисой — вместо поступления в вуз она устраивается на работу в кафе «Баттерфляй», где ежедневно обречена на страх и попытки быть изнасилованной кутящими бандитами (новыми русскими). «Мои шрамы не видны никому, кроме меня. Я вытаскиваю их на свет, перебирая, как старые фотографии в альбоме» [17, 193].

Герои миллениалов социально замкнуты. Они не хотят создавать собственные семьи или делают это с трудом, словно преодолевая внутренний барьер. У них нет друзей, общение с ровесниками сводится к решению утилитарных проблем. Катя («Отец смотрит на запад»), оказавшись закрытой в склепе отца, звонит постороннему риелтору — у нее нет ни одного близкого человека, к которому она могла бы обратиться за помощью. Друг Льва («Плюс жизнь») вешается из-за своей нетрадиционной ориентации, а Лев и не подозревает о последнем — их совместное времяпрепровождение — это обсуждение общих интересов, а не глубокие дове-

рительные отношения друзей, готовых поделиться сокровенным. Илья («Выше ноги от земли») остается глух к попыткам коллег помочь ему пережить потерю семьи. Маленький Артур («Типа я» Ислама Ханипаева) постоянно называет своих друзей «типа друзьями» и твердит, что у него нет друзей, кроме большого Али, который на самом деле является его вымышленным другом [18].

Герои прозы «тридцатилетних» не претерпевают духовных изменений. Этой категории нет в их сознании. Одна из главных причин, на наш взгляд, — отсутствие соприкосновения с религиозным мировоззрением либо неприятие его. У Кати («Отец смотрит на запад») обращение к христианским атрибутам вызывает страх, отторжение, а рассказы о мусульманском Пророке воспринимаются как детские сказки. Церковь в романе показана как бездушная секта, выманивающая деньги прихожан. «Картонно» показана церковь и в романе «Выше ноги от земли» Михаила Турбина. Друзья и соседи Ильи — священник Федор, пьющий, беспомощный, страдающий из-за материальных проблем на приходе и дома, и доведенная до отчаяния матушка Ольга (непрактичность мужа, тесная квартира, много детей, отсутствие денег). Она жалуется на мужа церковному начальству — и оба в итоге оказались «виновными»: отца Федора в наказание переводят на отдаленный приход. Религиозная и этическая индифферентность порождает абсолютную пустоту, в которой живут герои. Все попытки ее преодолеть оказываются безрезультатны: даже если произведение заканчивается долгожданным хэппи-эндом, то это лишь внешняя устроенность жизни, а не внутренняя гармония души. Духовная пустота образуется в героях не только из-за равнодушия к религиозным вопросам, но и из-за отсутствия чтения, из-за аморального телевидения, пропагандирующего кровожадность, агрессию, кровосмешение, предательство, обман. В романе «Пес», например: «По телевизору шла передача о серийных убийцах. Рассказывали о пожилom слесаре, который отрезал своим жертвам уши» [5, 80]; «по телевизору показывали политическое ток-шоу. Дело там дошло до драки. Ведущий пытался пнуть ботинком какого-то венгра» [5, 89]. Влияние медиа проявляется, когда герой К. Рябова Бобровский хочет совершить суицид: «Он надел на шею петлю <...> С улицы, наверно, будет видно. Да плевать. Как-то по телевизору показывали сюжет об одной актрисе, которая надела петлю на шею и выбросилась в окно. Потом висела весь день на фасаде дома. А соседи с нижнего этажа, должно быть, вволю насмотрелись на ее мертвые ноги» [5, 90].

В сознании героев закреплена визуальная картинка достатка и успеха (машины, модная одежда, сигареты, поездки за границу, обучение в столичных вузах), но нет морального выбора средств достижения этого успеха. Нравственные размышления вы-

теснены стремлением к физическому совершенству, физической полноценности, физической красоте. Женя («Сезон отравленных плодов») после приёма еды намеренно вызывает рвоту, чтобы не располнеть, её владивостокский бойфренд Амин следит за своей внешностью и за фигурой Жени («Он хорошо выглядит и знает это. В отличие от Жени он любит демонстрировать тело: плотный живот, покрытый темной кудрявой порослью, широкие плечи. Выбритая эспаньолка. Амин за собой следит: аминокислоты ВСАА, изолят белка с утра и после тренировки, омлет без желтков... <...> Амин следит и за Жениным весом, взглядом отмечает каждый лишний сантиметр. Он часто напоминает ей, что любит подтянутых девушек, показывает фото» [19, 194]). Тетя Мила постоянно упрекает дочь Дашу и ее подругу Олю за худобу («У вас компания досок, забор собрать можно» [19, 117]), развивая в девочке комплекс неполноценности и восприятие худобы как дефекта: «Днем она так и не искупалась — стеснялась открывать взглядам худые бедра и бока без намека на талию, с тенью от ребер. Доска же. Она ненавидит эти бока и бедра и в школе бассейн прогуливала» [19, 149].

Редкие попытки героев-миллениалов философствовать, обобщать оборачиваются пошлостью, банальностью, литературной безвкусицей. Павел Басинский замечает: «Молодым писателям вступать в литературу нынче трудно еще потому, что современный мир забит миллионами слов. Они — везде! В интернете, в телевизоре, в рекламе, в метро и даже в лифте, если вы там не один. И если вы думаете, что всё это не имеет к литературе никакого отношения, то вы, может быть, и счастливы как писатель, но, простите, не умны. Литература создается из тех же самых слов и порой из тех же самых смыслов» [8, 11]. Возможно, поэтому размышления героев порой звучат как избитые «истины» из интернета, посты, пародийные мемы. Герой «Опытов бесприютного неба» заканчивает свою исповедь словами «если нет нигде моего места, то мое место везде. Разве это не очевидно?» [4, 286].

Проза «тридцатилетних» чрезвычайно пессимистична. Повествование о нелицеприятном, закрытом превращается в абсурдизм. Безысходность усиливается постковидной депрессией и вновь возникшим переломным моментом в жизни России. С самого зарождения литература антропоцентрична: посредством проговаривания ситуации, в которой оказывается герой, он пытается определить свое место в мире, найти свое предназначение. У миллениалов космос сжимается до пределов несчастного индивида, который не может выстроить отношения даже с самим собой. Возможно, писательскому поколению «тридцатилетних» предстоит повзрослеть, увидеть духовную вертикаль, а не только горизонтальное измерение жизни, и не впадать в депрессивный ступор абсолютной беспросветности бытия.

Читатели прозы «тридцатилетних» разделились на два лагеря. Первые считают, что перед ними суровая российская реальность, поэтому произведения о социальном позоре обязательны к прочтению. Вторые называют эту прозу «литературой нищеты», отмечая ее чрезмерную жестокость, нагнетание ужасов, некомпетентность авторов, надуманность избораемых ситуаций.

Размышлять и писать о поколении «тридцатилетних» пришло самое время. Первые попытки делаются. Необходим и системный анализ, но и изучение текстов отдельных представителей поколения «тридцатилетних» («миллениалов») и по отдельности его эстетических признаков. Несомненно, на наш взгляд, одно. Поколение? Да. «Отчаянное поколение»? Отчаявшееся? Отчуждающее от духовных традиций русской литературы? Ищущее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Радаев В. Миллениалы: Как меняется российское общество / В. Радаев. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. — 224 с. — (Социальная теория).
2. Постсоветская молодежь: Предварительные итоги / Л. Гудков, Н. Зоркая, К. Пипия. — М.: НЛО, 2023. — 320 с. — Серия: Библиотека журнала «Неприкосновенный запас».
3. Гонтмахер Е. Ш. Будущее без образа / Е. Ш. Гонтмахер, А. Ю. Согомонов // Россия в глобальной политике. — 2022. — Т. 20. — № 1. — С. 72–86. — Режим доступа: <https://globalaffairs.ru/articles/budushhee-bez-obraza/>. — Дата обращения: 01.05.2023.
4. Гаврилов С. Опыты бесприютного неба / С. Гаврилов. — М.: Эксмо, 2020. — 288 с.
5. Рябов К. Пёс / К. Рябов. — М.: ИД «Городец», 2021. — 224 с. (Книжная полка Вадима Левенталья).
6. Данилкин Л. Еще как посмеют/ся / Л. Данилкин // Лицей 2018. — Второй выпуск. — М.: Издательство АСТ; Редакция Елены Шубиной, 2018. — 481 с. — С. 9–19.
7. Турбин М. Выше ноги от земли / М. Турбин. — М.: АСТ; Редакция Елены Шубиной, 2022. — 317 с.
8. Басинский П. «Здравствуй, брат! писать очень трудно!» / П. Басинский // Лицей 2017. — Первый выпуск. — М.: Издательство АСТ; Редакция Елены Шубиной, 2017. — 438 с. — С. 9–15.
9. Шаргунов С. Тру бессонные глаза / С. Шаргунов // Лицей 2020. — Четвёртый выпуск. — М.: Издательство АСТ; Редакция Елены Шубиной, 2020. — 487 с. — С. 9–15.
10. Гептинг К. Плюс жизнь / К. Гептинг. — М.: LikeBook, 2019. — 192 с.
11. Манойло Е. Отец смотрит на запад: роман / Е. Манойло. — М.: Альпина нон-фикшн, 2023. — 272 с.
12. Прорицатель [Степан Гаврилов, Константин Комаров, Саша Николаенко, Николай Подосокорский, Вячеслав Ставецкий, Михаил Турбин, Булат Ханов, Александр Чанцев] // Знамя. — 2022. — № 1. — С. 201–208.
13. Служитель Г. Бессмысленная жажда чуда / Г. Служитель // Лицей 2022. — Шестой выпуск. — М.: Издательство АСТ; Редакция Елены Шубиной, 2022. — 360 с. — С. 11–19.
14. Гептинг К. Сестренка / К. Гептинг. — М.: Эксмо, 2019. — 192 с.
15. Немиров В. «Эти люди пришли, чтобы остаться» / В. Немиров. — Режим доступа: <https://godliteratury.ru/articles/2023/04/29/eti-liudi-prishli-chtoby-ostatsia>. — Дата обращения: 01.05.2023.
16. Родионов И. Выйти из постмодерна (токсично-полемическая статья) / И. Родионов // Школа критики: сб. ст. о прозе и поэзии. — Тула: Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна», 2022. — 200 с. — С. 33–46.
17. Володина А. Протагонист: роман / А. Володина. — М.: АСТ; Редакция Елены Шубиной, 2023. — 316 с.
18. Ханипаев И. Типа я. Дневник суперкрутого воина: повесть И. Ханипаев. — М.: Альпина нон-фикшн, 2023. — 276 с.
19. Богданова В. Сезон отравленных плодов / В. Богданова. — М.: Редакция Елены Шубиной, 2023. — 348 с.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
Алтынбаева Г. М., доктор филологических наук, профессор кафедры русской и зарубежной литературы Института филологии и журналистики
E-mail: altynbaevagm@sgu.ru

Дорофеева Ю. Г., кандидат филологических наук, доцент кафедры русской и зарубежной литературы Института филологии и журналистики
E-mail: grunaughen@mail.ru

Saratov State University
Alтынbaeva G. M., Doctor of Philology, Professor
E-mail: altynbaevagm@sgu.ru

Dorofeeva Y.G., Candidate of Philology, Docent
E-mail: grunaughen@mail.ru

О СИНТАКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВАХ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМОТИВНОСТИ И ОЦЕНОЧНОСТИ В РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

И. А. Кубышкин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 июня 2023 г.

Аннотация: в статье приведено описание различных средств реализации экспрессивности, эмотивности и оценочности в устных и письменных российских политических текстах на уровне синтаксиса. В результате был выявлен ряд синтаксических явлений, служащих для выражения данных категорий и дающих возможность различным политическим фигурам и партиям создать необходимый имидж, влияющий на их положение на политической арене.

Ключевые слова: русский синтаксис, экспрессивность, эмоция, оценка, политический дискурс.

Abstract: the article provides a description of various means of implementation of expression, emotion and evaluation in oral and written Russian political texts at the level of syntax. As a result, a number of syntactic phenomena were identified that serve to express these categories and enable various political figures and parties to create the necessary image that affects their position in the political arena.

Keywords: russian syntax, expressiveness, emotion, evaluation, political discourse.

Проблема изучения эмоций всегда привлекала внимание лингвистов, а с конца прошлого века по настоящий момент наблюдается повышенное внимание к исследованиям эмоций и оценок в языке и речи в целом, а также в различных типах дискурсов в частности, что привело к появлению абсолютно новой отрасли языкознания — эмотиологии, основу которой заложили труды В. И. Шаховского и его последователей. Проблемой изучения эмоций и оценок в языке занимались также такие ученые, как Е. Н. Винарская, Т. В. Ларина, В. А. Маслова, О. Е. Фролова, Л. М. Кольцова и другие. Работы этих и многих других ученых, исследующих эмоционально-оценочный компонент в языке и речи, объединяет идея о том, что данные категории играют огромную роль в жизни людей, являясь одной из форм отражения объективной действительности. Несмотря на большое число работ в данной области, вопрос о связи эмотивности и оценочности с прагматикой в некоторых типах дискурсов требует более основательного описания и анализа. В данной статье мы рассмотрим способы проявления эмоций и оценки на уровне синтаксиса в российских политических текстах.

Интерес к экспрессии, эмотивности и аксиологии политического текста, по мнению современных исследователей, «объясняется вниманием к языковой личности, а точнее, к описанию языка как средства обнаружения и вместе с тем воздействия на языковую личность, ее поведение и внутреннюю духовную деятельность» [1, 161]. При ближайшем рассмотрении становится очевиден тот факт, что

политический текст не просто набор фактов, а результат некоего преломления информации через систему эмоционально-оценочных установок авторов. Следовательно, данный тип текстов неизбежно приобретает такие важные характеристики, как эмотивность и оценочность.

Политический текст, как уже отмечалось выше, направлен на воздействие, а также на формирование определенного отношения к тем или иным реалиям политической жизни. Другими словами, его сущность состоит в том, чтобы внушить адресату (гражданам, электорату) необходимость неких действий и формирования определенных оценок по ряду вопросов. В политическом тексте для достижения этих целей используются различные средства идеологического воздействия на аудиторию: 1) рациональные: логичность, точность, обоснованность, аргументированность материала; 2) эмоциональные: комплекс средств, используемых для установления контакта с общественностью и дающих возможность различным политическим фигурам и партиям создать необходимый имидж, влияющий на их положение на политической арене. Как отмечают современные исследователи в области политической лингвистики, «в политическом дискурсе эмоциональность доминирует над информативностью и рациональностью и часто является основой для манипулирования мировосприятием масс» [2, 127]. Отсюда следует, что политический текст всегда идеологически окрашен, причем его идеологическая сторона проявляется на уровне содержания с помощью различных способов речевого воздействия на разных уровнях языка.

Таким образом, исследование лингвистических особенностей политического дискурса на лексическом, словообразовательном и синтаксическом уровнях крайне важно для понимания механизмов, позволяющих политикам воздействовать на аудиторию.

Переходя непосредственно к синтаксису, отметим, что интерес к экспрессии и аксиологическому потенциалу политического синтаксиса также обусловлен наличием различных специальных технологий воздействия на аудиторию, так как в текстах политических выступлений особое внимание уделяется форме и подбору языковых средств. Благодаря свободному порядку слов при построении предложения в русском языке создаются условия для высокого суггестивного воздействия на слушателя. Как отмечает Т. И. Сильман: «именно через структуру предложения, его объем, способы его распространения и членения, а также через характер и способы сочетания предложений друг с другом, через своеобразие переходов от одного предложения к другому, от одного абзаца к другому, осуществляется единое движение мысли художника, находит свое выражение присущий именно ему характер этого движения» [3, 5]. Данное утверждение, как нам видится, применимо и к политическому дискурсу, так как тексты многих значимых политиков и целых партий имеют явный творческий характер.

Стоит отметить, что оценка далеко не всегда сопровождается проявлением непосредственно эмоций. Часто она представлена в форме «выражения отношения к оцениваемому предмету или явлению посредством классификаторов «хорошо» / «плохо»». [4, 20]. Кроме того, эмоционально-оценочная составляющая политического текста имеет социальную отнесенность, что означает наличие имплицитно выраженных общественных идеалов, несущих в себе «отпечаток ментальности социума» [4, 20]. Данные утверждения будут раскрыты в описанных далее синтаксических конструкциях, служащих для передачи рассматриваемых нами категорий.

Кратко охарактеризуем наиболее показательные, на наш взгляд, средства выражения эмоционально-оценочного компонента на синтаксическом уровне.

Первое и наиболее частотное в рассматриваемых нами примерах средство репрезентации эмоционально-оценочного компонента в синтаксисе политических текстов — это обратная коммуникативная перспектива, то есть измененный порядок слов. Это явление, связанное с актуальным членением высказывания, состоит в использовании экспрессивного порядка слов, при котором более коммуникативно важная информация в предложении или синтагме выдвигается вперед. Например, «*России нужна как воздух убедительная победа народа*» (Партия «КПРФ») [5]; «*Москва по очень многим независимым оценкам компетентных экспертов признается одним из лучших мегаполисов мира по очень многим показате-*

лям. Так оно и есть на самом деле» (В. В. Путин. Пленарное заседание Форума будущих технологий) [6]. Данные примеры иллюстрируют тот факт, что восприятие речи, обычно ориентированное на высказывания типа «тема — рема», в случае их инверсии делает высказывание экспрессивно значимым для выражения эмотивности и оценочности.

Другим, не менее часто реализуемым способом проявления эмоций и оценки в политических текстах является появление различных видов пауз, выраженных с помощью графических средств. Проявляется этот способ при помощи парцелляции — такого типа членения предложения, при котором содержание высказывания реализуется не в одной, а в нескольких фразах, следующих одна за другой после разделительной паузы (на письме чаще всего обозначенной точкой). Например, «*Не так много государств способны проводить по-настоящему суверенную внешнюю политику, ни на кого не оглядываясь. Россия — может. И мы не раз это доказывали.* («Предвыборная программа Партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» на выборах депутатов Государственной Думы ФС РФ VII созыва») [6]; «*...Значит, все в наших руках — именно мы должны осенью выбрать таких депутатов, которые изменят законы и систему так, чтобы детство наших детей было действительно счастливым и безоблачным. И безопасным*» (Партия «КПРФ») [5]. Главной целью использования таких конструкций является сообщение дополнительной информации. Эмотивность, выражаемая при помощи этих конструкций, обусловлена не только необычной синтаксической позицией, но и собственной организацией и лексическими особенностями. Приведем еще один пример: «*Мы убеждены, что наша страна обладает колоссальным потенциалом — природным, культурным, историческим. От готовности реализовать этот потенциал в новом, открытом, прозрачном мире без границ будет зависеть место России на карте мира — экономической и политической. Каким оно будет — зависит от нас*» (Предвыборная программа партии «ЯБЛОКО» «Уважение к человеку») [7]. В данном случае парцелляция соотносится с динамическим аспектом высказывания, а также подразумевает вычленение частей высказывания в самостоятельное предложение в целях создания определенного эмоционального фона для внушения важности выбора в пользу конкретной политической партии на предстоящих голосованиях.

И наконец, перейдем к описанию таких способов проявления аксиологического потенциала политических текстов, как использование в структуре предложения особых типов синтаксической связи, например парантезы и оттягивания.

Парантезы способны функционировать как простые предложения, части сложных предложений или как эквиваленты сложных развернутых конструкций. Скрытая в них информация имплицитруется на фоне вербально выраженного текста, но при этом явля-

ется потенциально восстанавливаемой. К подобным структурам относятся и парентетические внесения, исследуемые в рамках системно-функционального подхода. Такие явления в синтаксисе, с одной стороны, осложняют структуру предложения через включение в его состав обособленных слов или целых синтаксических конструкций, а с другой — способствуют вполне целесообразному сжатию информации. Позиция парентетических внесений в предложении в большинстве случаев связана с актуальным членением и его ритмической организацией, что помогает более лаконично и полно выразить основную мысль высказывания, а также реализовать определенные риторические стратегии. Например: «*Римского раба кормили до тех пор, пока он не умер от старости. А потерявший силы русский раб должен кормить себя сам или умирать с голоду. А ведь в прошлом он много и тяжело работал. Чего стоит, скажем, ратный труд ветеранов Великой Отечественной войны и тружеников тыла?*» (Предвыборная программа ЛДПР. Мы за русских! (111 позиций ЛДПР)) [8]; «*Подчеркну, каждый гражданин, живущий в этих регионах, должен чувствовать себя под защитой закона, быть уверенным в своевременной помощи сотрудников МВД*» (В. В. Путин. Расширенное заседание коллегии МВД) [9]; «*Наверняка вы тоже это знаете, но тем не менее на публичной встрече не могу не сказать, и это будет, наверное, интересно для всех, что с 2017 года — пока реализуется эта программа — 50 ее участников действительно стали главами регионов*» (В. В. Путин. Встреча с выпускниками ВШГУ РАНХиГС) [9]. В данных примерах парентетические вставки реализуют стратегию близости к адресату, активизируя риторическую категорию разговорности, одним из показателей которой является частотное использование парентезы, используемой для достижения диалогичности текста, что позволяет более эффективно донести до адресата основные идеи высказывания.

В дополнение к вышеупомянутой категории разговорности стоит сослаться на работы Т. В. Алиевой, которая рассматривает аксиологичность и эмотивность политического синтаксиса на примере разговорных синтаксических конструкций: «Цель употребления таких структур двойная: в некоторых случаях они направлены на привлечение внимания и / или наполнение сообщения эмоциональностью, обычно усиливающей эмоциональную оценочность» [10, 89]. Такой тип синтаксических конструкций, по мнению Т. В. Алиевой, придает высказыванию «неформальный тон, который свойственен общению людей, хорошо знающих друг друга и разделяющих общее мнение о проблеме» [10, 89]. Разговорные синтаксические конструкции, таким образом, реализуют идею принадлежности автора и адресата к группе единомышленников (или, согласно терминологии Т. В. Алиевой, — «своих» людей), тем самым способствуя выражению эмотивности и оценочности.

Оттягивание как стилистический прием состоит в организации высказывания таким образом, что менее важные, второстепенные детали концентрируются в начале высказывания, а главная мысль или более важная информация оставляется на конец высказывания. Обычно этот стилистический прием осуществляется в пределах одного предложения, например: *Сегодня российские деньги лежат в западных банках под 3–5% годовых, и на наши деньги идет война в Ираке, расширяется НАТО, проводятся «оранжевые революции», поддерживается экономика США и Великобритании — абсурд, да и только!* (Предвыборная программа ЛДПР: За достойную жизнь в сильной стране!) [11]. В данном примере мы видим, как эмоционально-оценочная часть высказывания оттянута к финальной его части, что значительно повышает суггестивный эффект и способствует усилению экспрессии при выражении конкретной оценки.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что политические тексты в современном российском политическом дискурсе используются в том числе для создания определенного эмоционального фона, на котором подаются различные события. Политики и целые политические партии для доказательства своих идеологических установок и борьбы за власть используют эмоциональный фон для желаемого воздействия на общественное мнение, и проведенный нами анализ показывает, что все большую роль в политическом тексте в последние годы начинают играть не только лексические, но и синтаксические единицы, служащие для выражения эмотивности и оценочности. На данном этапе мы хотели обобщить и систематизировать имеющиеся факты и показать, что рассмотренные категории, являясь неотъемлемыми элементами политического дискурса, реализуются системой языковых средств на всех уровнях языка. Причем синтаксические средства играют крайне важную роль в передаче рассмотренных нами категорий. Таким образом, синтаксические средства в политическом дискурсе, кроме обеспечения структурной целостности и смысловой связности, выполняют также и прагматическую функцию, выражая эмотивность, экспрессивность и аксиологичность политической речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сайфулинова А. М. Особенности передачи экспрессивности при переводе текстов политического дискурса / А. М. Сайфулинова, Ю. В. Привалова // Библиография. — 2013.
2. Беликов М. В. Характер эмотивности дипломатического дискурса / М. В. Беликов // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Лингвистика. 2015. — № 2. — С. 124–133.
3. Сильман Т. И. Проблемы синтаксической стилистики / Т. И. Сильман. — Л.: Просвещение. — 1967. — 152 с.

4. Кольцова Л. М. Оценка и эмоции в языке русской литературной сказки XVIII–XXI веков / Л. М. Кольцова, С. Е. Токмакова. — Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2015. — 150 с.

5. Официальный сайт партии КПРФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kprf.ru/official/> (дата обращения: 25.05.2023).

6. Официальный сайт партии Единая Россия. — Режим доступа: <https://er.ru/> (дата обращения: 12.07.2023).

7. Официальный сайт партии «Яблоко». — Режим доступа: <https://www.yabloko.ru/> (дата обращения: 20.06.2023).

8. Предвыборная программа ЛДПР. Мы за русских! (111 позиций ЛДПР). — Режим доступа: <https://ldpr.ru/party/>

[regions/Mordovia_Republic/Mordovia_Events/Program/?is_print=1](https://regions.Mordovia_Republic/Mordovia_Events/Program/?is_print=1). (дата обращения: 11.06.2023).

9. Kremlin.ru-официальное интернет-представительство президента России. — Режим доступа: <http://kremlin.ru/> (дата обращения: 10.07.2023).

10. Алиева Т. В. ИмPLICITные языковые средства, участвующие в формировании концептуальной оппозиции «свой — чужой» в политическом дискурсе англоязычной прессы / Т. В. Алиева // Вестн. Москов. гос. областного ун-та. Сер.: Лингвистика. 2010. — № 1. — С. 86–89.

11. Предвыборная программа ЛДПР: За достойную жизнь в сильной стране! — 2007 г.). — Режим доступа. URL: <https://rg.ru/2007/11/08/ldpr.html>. (дата обращения: 12.07.2023).

*Воронежский государственный университет
Кубышкин И. А., аспирант кафедры русского языка
E-mail: ivan.kubyshkin696@gmail.com*

*Voronezh State University
Kubyshkin I. A., Postgraduate student of the department of
the Russian language
E-mail: ivan.kubyshkin696@gmail.com*

СЕМАНТИКА? ФУНКЦИИ СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕ БЕЗ N_{GEN}

П. Б. Кузьменко, Т. М. Ломова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: в настоящей статье рассматриваются семантика и функции конструкции **не без N_{gen}** в современном русском языке. Определяются её синтаксические функции, выявляется её лексическое наполнение, а также устанавливается круг ситуаций, в которых она может использоваться. Кроме того, выясняются способы перевода предложений, содержащих эту конструкцию, на английский язык.

Ключевые слова: конструкция, генетивная конструкция, перевод, английский язык, русский язык.

Abstract: this article discusses the semantics and functions of the construction **не без N_{gen}** in modern Russian. Its syntactic functions are determined as well as its lexical content is described, and the range of situations in which it can be used is established. In addition, ways of translating sentences containing this construction into English are clarified.

Keywords: construction, translation, English, Russian, genetic construction.

Настоящая статья посвящена изучению предложений, содержащих в себе генетивную конструкцию *не без N*, где *N* — имя существительное в форме родительного падежа, например: *не без удивления*, *не без юмора* и т.п. Конструкция «не без чего-либо» при внимательном рассмотрении может быть представлена следующим образом: говорящий непрямым способом констатирует наличие чего-либо посредством отрицания его отсутствия. Такой способ констатации наличия является далеко не рядовым, подчеркивающим то, что нечто *все-таки* присутствовало в референтной ситуации. Ср.:

(1) Мы добирались с проблемами.

(2) Мы добирались не без проблем.

Полагаем, что в примере (1) наличие проблем, с которыми столкнулся говорящий, выражено более интенсивно, чем в примере (2).

В корпус изучаемых контекстов были включены не все сочетания с «не без», а только лишь те, которые демонстрируют примеры т.н. констатации отсутствия. Так, на этом основании из рассмотрения исключаются контексты типа *Нужен вагон не без кондуктора, а с кондуктором*, т.к. в этом случае частица «не» функционирует обособленно и отрицает комплекс «без кондуктора», выражая противопоставление, содержащееся в этом предложении. Кроме того, невозможно редуцировать это предложение до «*Нужен вагон не без кондуктора*», т.к. такие построения лишены смысла ввиду того, что для констатации наличия в русском языке специально используется предлог «с». Эта особенность говорит о том, что конструкция «не без *N*» в интересующих нас случаях не всегда равна конструкции «с *N*».

Представляется интересным выяснение следующих особенностей функционирования этой конструкции:

1. синтаксический статус;
2. типы ситуаций, в которых она обнаруживается;
3. круг существительных, допускаемых конструкцией.

Рассмотрим, во-первых, синтаксические функции данной конструкции. В ряде контекстов она выступает в качестве предикатива в составе составного именного сказуемого. Как правило, в этих случаях осуществляется характеристика субъекта предложения:

Этот путь не без рисков, но тоже имеющий право на существование [И. Мельникова. Школа выживания (2003) // «Итоги», 11.02.2003].

В общем, коллектив подобрался боеспособный, хотя и не без слабых мест [С. Подушкин. Звезды континентов. Россиянки выиграли Кубок мира по легкой атлетике (2002) // «Известия», 22.09.2002].

Часто такую позицию занимают фразеологизированные построения, не допускающие замену с предлогом «с»: «не без греха» нельзя заменить сочетанием «с грехом» и т.д. Здесь же можно оговорить высказывания типа «Не без того/этого», выражающие не прямое согласие говорящего с каким-то положением дел. Кроме того, не представляется возможным переместить эту конструкцию в какую-либо другую позицию высказывания: «не без греха» тяготеет к правостороннему окружению субъекта, а «Не без того/этого» всегда следует за высказыванием, комментарием которого и служит это построение:

С Питера на Москву стрелки перевёл я. Дескать, и столица не без греха. «Ордынки», «полянки», «никитские ворота» [А. Беляков. Возвышение вещей // «Волга», 2015].

— Типично псковские? — **Не без этого.** Мужчины, сияя, отошел... [С. Довлатов. Заповедник (1983)].

В очень небольшом количестве контекстов конструкция занимает позицию определения, характеризуя объект, при этом часто в ряду однородных определений:

Обнаружив его там, где сам же и оставил, Владимир Сергеевич улыбнулся мне, нахохлившейся и пасмурной, совсем по-мальчишески, но **не без оттенка торжества** [Т. Рябинская. Яблочный хвостик // «Ковчег», 2015].

Множество примеров позволяют утверждать, что эти конструкции наиболее часто выполняют функцию обстоятельства образа действия: интересуясь особенностями его совершения, от глагола можно задать вопросы «как? каким образом?», при этом ответом на них будет выступать вся конструкция с именем существительным. Ср.: в примере *вагон не без кондуктора* мы не можем задать такой вопрос; кроме того, вопросом, который мог бы послужить проверкой синтаксического статуса, будет являться вопрос «какой?». В этом случае конкретизируется не признак действия, а признак предмета (вагона). В обстоятельственной функции семантика конструкции подразумевает наличие определенной (средней или низкой) степени выраженности того или иного признака действия. Этот тип обстоятельства примерно соответствует тому варианту обстоятельственного значения, который в русистике называют определительно-качественными [1: 183].

Приведём примеры, в которых конструкция функционирует в качестве обстоятельства:

Достоевский **не без резона** замечает, что этот идеал повисает у его предшественника в воздухе и не в состоянии приложиться «ни к чему человеческому на деле» [И. Золотуский. «Записки сумасшедшего» и «Записки из подполья» // «Октябрь», 2002].

В нем **не без** удовольствия увидела белую стройную фигуру, туго стянутую поясом... [И. Грекова. Перелом (1987)].

Судя по данным Национального корпуса русского языка, эта конструкция весьма частотна (результаты поиска отразили почти 14 тысяч примеров), но вместе с тем её функция в предложении чаще всего, как мы уже отметили, обстоятельство образа действия. Несмотря на такой ограниченный диапазон функций, наблюдения за примерами показывают, что с точки зрения семантики возможно детализировать типы ситуаций, в которых эта конструкция функционирует (для этой цели необходимо рассмотреть глаголы, к которым относятся обстоятельства). Кроме того, можно выяснить, какая именно особенность описываемого действия (какая именно часть «образа» действия) фиксируется говорящим и затем вербализуется с помощью конструкции «не без N».

Рассмотрим, какие именно участки человеческой деятельности могут обозначаться глаголами

с обстоятельством образа действия, выраженным словосочетанием «не без». Так, наиболее часто используются следующие группы глаголов:

а) глаголы ментальной деятельности *узнать, обнаруживать, вывести, представлять себе, догадаться*:

Читая книгу Е. Панова, не без удивления **узнаешь**, что среди колоний встречаются «содружества свободных и равноправных зооидов» «монархии», когда один из зооидов разрастается, получает львиную долю питательных веществ и, соответственно, возможностей для размножения [К. Ефремов. Размышления у книжной полки: Бегство от одиночества // «Знание — сила», 2003].

С другой — политики и чиновники, **обнаруживающие** (часто не без помощи конкурирующих экспертов), что их советники вовсе не являются ни источниками совершенной истины, ни представителями бесспорного авторитета [А. Филиппов. Участь эксперта // «Отечественные записки», 2003].

«Эти 7 делений струны я нашел, сначала руководствуясь слухом... в пределах одной октавы, и лишь затем **не без** труда **вывел**... из глубочайших оснований геометрии» [В. Шевченко. Демон науки: Космический кубок // «Знание — сила», 2003].

Помню, даже **не без** удовольствия **представляла себе**, как он там стоит в очереди к местам общего пользования с подтяжками, повисшими вдоль брюк... [И. Грекова. Перелом (1987)].

б) глаголы, описывающие эмоциональное состояние говорящего *гордиться, ухмыльнуться*:

Наши поклонники прекрасного **не без** оснований **гордятся** тем, какого уровня исполнители выступают в Органном зале [Новости культуры (2002) // «Сочи», 22.08.2002].

Старшой **ухмыльнулся не без** ехидства, но сжалился, довольный, что без него-то все же не смогли обойтись [О. Павлов. Карагандинские девятины, или Повесть последних дней // «Октябрь», 2001].

в) глаголы речевой деятельности *говорить, замечать, комментировать, признаться, утверждать, выступать, молвить, спросить, умолять*:

Она выходила на своем творческом вечере в Большом театре в платье от Кардена с зеленым поясом, которому, как она потом мне **призналась не без** гордости, тридцать лет [С. Спивакова. Не всё (2002)].

Слава **не без** укоризны молвил: — Опытный вроде воин, а по площадям бьешь [В. Астафьев. Обертон (1995–1996)].

И дочь, и зять **умоляли** ее переехать в город, по видимому, **не без** расчета [Ф. Искандер. Сюжет существования (1965)].

г) глаголы чувственного восприятия *слушать, увидеть, чувствовать, ощущать*:

Полноватый плохиш, чья музыка **слушается не без** приятности и белыми людьми [А. Мунипов. Странные свойства памяти (2002) // «Известия», 20.08.2002].

Он ощущал в себе — **не без** самодовольства — запасы некоей радиоактивности, жертвами которой становились женщины, впрочем, не все подряд, определенного склада [Ю. Трифонов. Дом на набережной (1976)].

д) ряд глаголов, обозначающих самые разные действия, как правило, связанные с приложением усилий и требующих некоторых затрат (подготовить, добиться, изыскать, искать, ожидать, изловить, отбирать, приостановить):

Изловив не без некоторых усилий Таню — теперь распятие ее жизни не совпадало с общесемейным: она уже уходила из дому, когда отец возвращался с работы <...> [Л. Улицкая. Казус Кукоцкого [Путешествие в седьмую сторону света] // «Новый Мир», 2000].

В надежде найти защиту для «Известий» я **не без** труда **добился** встречи с Чубайсом — в тот период вице-премьером, курирующим вопросы СМИ [Д. Фролов. Цензура с рыночным лицом (2003) // «Совершенно секретно», 08.04.2003].

В то же время **не без** участия Михайлова на существующий исключительно на бумаге Ту-334 Минобороны готово **изыскать** почти \$400 миллионов [В. Демченко, Д. Литовкин. Торговца мясом взорвал полицейский (2002) // «Известия», 02.12.2002].

Перейдем к рассмотрению существительных, которые могут входить в состав анализируемой конструкции. С помощью этого, как уже было отмечено, мы получим информацию о том, какая часть «образа» действия, обозначенного тем или иным глаголом, профилируется.

1) Ряд существительных обозначает эмоциональную оценку, которую испытывает субъект совершаемого действия. При этом оценка может быть как положительной (приятность, гордость, удовольствие и т.д.), так и отрицательной (зависть, язвительность, ехидство, злорадство и т.д.):

А тут **не без приятности**, сказал Баев — старое здание в духе царизма [Е. Завершнева. Высотка (2012)].

Готовя плиты, **не без зависти** поглядывали на родительский холодильник, из-за которого доля семьи в счетах за свет значительно увеличивалась [Б. Кенжеев. Из Книги счастья (2007) // «Новый Мир», 2008].

2) Конструкция может детализировать сведения, называемые не только основным глаголом, к которому она относится, но и некоторую другую информацию. Так, мы можем выявить действия **других** субъектов, которые способствовали совершению основного действия. Так, словосочетания «не без помощи», «не без влияния» и т.д. часто включают в себя существительное-девербатив, в свернутом виде называющее какое-либо действие.

Отыскал концы, разузнал, **не без помощи** бывшего однокашника Михаила Михайловича [И. Грекова. Перелом (1987)].

Но то, что каждый из них стал тем, кто он есть, **не без влияния** другого —

догадаться можно [В. Бейдер. Русский транзит: из грузчиков в премьеры // «Огонек», 2013].

Примеры показывают чье-то влияние, чью-то помощь, без которых действия не могло реализоваться. Кроме того, конструкция может включать сведения о том, что затрудняло реализацию действия, для чего может использоваться существительное **противодействие**:

Но в последней четверти XX в. усилиями соратников и учеников Б. Г. Ананьева идея акмеологии была воскрешена (**не без противодействия** некоторых ведущих отечественных психологов [Е. А. Климов. Психология в XXI веке // «Вопросы психологии», 2003].

Трудности с совершением действия может испытывать и сам субъект этого действия:

Француз улыбнулся и **не без колебаний** преподнес в ответ зеленый талончик метрополитена [С. Довлатов. Иная жизнь (1984)].

3) Возможно указание на причину совершения действия. Для этой цели используются существительные **резон, основание**:

Так я возражал обиженному — возражал как будто **не без резона** [С. Б. Рассадин. Книга прощаний. Воспоминания о друзьях и не только о них (2004–2008)].

При этом общественные предприятия **не без оснований** подвергаются острой критике за расточительство государственных средств, неэффективное ведение дел [Неспешные шаги административной реформы в Японии (2002) // «Проблемы Дальнего Востока», 30.12.2002].

4) Обнаруживаются существительные, с помощью которых выражается эстетическая оценка (термин Н. Д. Арутюновой [2: 198]), принадлежащая, как правило, наблюдателю действия и характеризующая его субъект (изящество, шик):

Только она взялась за свое дело, как возница ее мгновенно остановил и **не без изящества** поднял ее пышный, хорошо расчесанный хвост, чтобы она его не запачкала [Ф. Искандер. Курортная идиллия (1999)].

У нее была своя машина, розовая двухдверная иномарка, которую она **не без шика** водила [П. Акимов. Плата за страх (2000)].

Таким образом, рассмотрение элементов конструкции **не без+ N_{gen}** позволяет уточнить, какие именно условия контекста являются наиболее типичными, а также какие особенности процесса, обозначаемого глаголом, могут попадать в фокус говорящего при описании какого-либо положения дел.

Данная конструкция представляет интерес и с точки зрения перевода на английский язык. При переводе обсуждаемой конструкции переводчики — носители языка — применяют различные способы и приемы. Чаще всего они используют прием антонимического перевода: Он не без труда проглотил лекарство. — He swallowed the medicine with some effort; Светлана не без участия Антона не стала этого делать. — With some assistance from Anton Svetlana

decided not to do it. В составе английской фразы лексема *some* передает значение средней/низкой степени выраженности признака действия (заметим, что в русской конструкции показатель данного значения отсутствует).

Достаточно регулярно переводчик прибегает к приему прямых соответствий, когда английская фраза и по форме, и по содержанию эквивалентна русской конструкции. Другими словами, конструкция *не без+N_{Gen}* содержащая в своём составе маркер отрицания — частицу *не* — переводится английской фразой, также содержащей отрицательный маркер — частицу *not*: *Связывали это, не без оснований, с арестом С. Б. — They assumed not without reason that this was connected with the arrest of S. B.*

В ряде случаев английский переводчик использует полносоставное предложение (а не фразовый эквивалент): *Саша не без труда уговорил ее не звонить — It took Sasha some effort to persuade her not to phone.*

Иногда содержание русской конструкции передаётся с помощью приема лексико-грамматической замены: *Когда стемнело, он не без труда пробрался к дому — When it was completely dark he groped his way home.* В данном случае вместо фразового эквивалента используется адвербиальный глагол *to grope*, «подсказанный» контекстом (*когда стемнело...*). Этот глагол имеет в своем значении дифференциальный семантический признак «ощупью / на ощупь» (*to grope — двигаться на ощупь в темноте*).

В ряде случаев применяется прием опущения (так называемый нулевой перевод): *Ему не без труда удалось внушить им, что он и сам собирается уходить из школы. — He finally managed to convince them that he himself wished to leave school.*

Анализ параллельного корпуса свидетельствует о том, что при переводе с английского языка русский переводчик использует практически тот же набор приемов. Вместе с тем некоторые из них не всегда применяются корректно. В русских текстах в основном встречается прием антонимического перевода: *He managed with some effort to get the doors open. — Он, хоть и не без усилий, сумел открыть двери.*

Нередко перевод осуществляется с помощью прямых эквивалентов: *The system thrives. But not without trust. — Система процветает, но не без помощи доверия.*

Воронежский государственный университет
Кузьменко П. Б., кандидат филологических наук, доцент
кафедры английского языка гуманитарных факультетов
E-mail: p.kuzmenko2012@yandex.ru

Ломова Т. М., кандидат филологических наук, доцент
кафедры перевода и профессиональной коммуникации
E-mail: tmlomov@yandex.ru

Русский переводчик в отдельных случаях игнорирует семантику английского существительного во фразе *with some+N_{Gen}*: *Today's Jews, Armenians and Georgians claim with some measure of justice that they are offspring of ancient Middle Eastern. — Нынешние евреи, армяне и грузины утверждают (не без оснований?!), что происходят от древнего населения Ближнего Востока (точный перевод — в какой-то мере справедливо).*

Иногда русский переводчик некорректно использует прием лексической замены, выбирая существительное с другим значением: *He held out his hand and she shook it warily. — Незнакомец протянул ей руку, и она не без опаски (?) её пожала (точный перевод — осторожно пожала).*

В других случаях переводчик употребляет конструкцию *не без+N_{Gen}* необоснованно, указывая на степень выраженности признака действия, который не назван в оригинале: *Despite her delay tactics, Sabrina was actually (на самом деле) looking forward to her first day of the sixth grade. — Несмотря на то, что Сабрина всё время оттягивала посещение школы, она тем не менее не без удовольствия (?) предвкушала свой первый день в классе.*

Представляется, что, когда речь идет о лексико-грамматическом аспекте перевода, переводчику следует тщательно и ответственно производить отбор лексических и грамматических средств с тем, чтобы содержание оригинала было передано адекватно.

Таким образом, конструкция *не без N_{GEN}* выполняет строго определенные синтаксические функции, а в её состав может входить ограниченный круг языковых средств. Специфика данной конструкции в русском языке обуславливает некоторые особенности её перевода на английский язык (используются приёмы опущения, лексико-грамматической замены и прямых соответствий).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ломов А. М. Русский синтаксис в алфавитном порядке: понятийный словарь-справочник / А. М. Ломов. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. — 400 с.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — 2-е изд., испр. — М.: Языки русской культуры, 1999. — I–XV, 895 с.

Voronezh State University
Kuzmenko P. B., Candidate of Philology, Associate Professor
of the English Language for Humanities Department
E-mail: p.kuzmenko2012@yandex.ru

Lomova T. M., Candidate of Philology, Associate Professor of
the Translation and Professional Communication Department
E-mail: tmlomov@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ РЫБ (НА МАТЕРИАЛЕ ВОРОНЕЖСКИХ ГОВОРОВ)

Е. П. Куйдина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 20 апреля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается специфика народной номинации на примере икhtiологической лексики воронежских говоров. Автор приходит к выводу, что большая часть наименований имеет прозрачную внутреннюю форму, выявляет основные мотивировочные признаки, положенные в основу названий промысловых рыб, объясняет многообразие данных номинаций в исследуемом крае.

Ключевые слова: воронежские говоры, икhtiоним, икhtiологическая лексика, рыболовецкая лексика, мотивировочный признак.

Abstract: the article considers the specifics of the people's nomination using the example of ichthyological vocabulary of Voronezh dialects. The author concludes that most of the names have a transparent internal form, reveals the main motivational signs that form the basis for the names of commercial fish species, explains the variety of these nominations in the region under study.

Keywords: Voronezh dialects, ichthyonym, ichthyological vocabulary, fishing vocabulary, motivation sign.

Поскольку в центре современных гуманитарных исследований стоит человек, одной из важнейших научных проблем является изучение процессов восприятия человеком окружающего мира.

Лексическая система языка, являясь необходимой составной частью общей языковой системы, отражает в нашем сознании существенные свойства внеязыковой действительности и играет важную роль в организации и регулировании отношений между человеком и окружающим миром, в познании закономерностей объективной действительности.

Диалектоноситель «иначе «ословливает» окружающий мир, рисует иную картину бытия, чем носитель литературного языка, опираясь на возможности своего диалекта и развивая и обогащая их» [1, 39]. К особенностям диалектной категоризации мира учёные относят парцеллирование объектов концептуализации, народный язык «рисует в красках то, что литературный язык представляет лишь в общих очертаниях» [1, 39].

В данном исследовании мы рассматриваем специфику народной номинации на примере икhtiологической лексики воронежских говоров. Материалом послужили:

1) «Словарь воронежских говоров», вып. 1–3, 2004, 2007, 2019 гг.;

2) Картотека «Словаря воронежских говоров», содержащая материалы диалектологических экспедиций 1947–2019 гг.;

3) персональная картотека автора, включающая полевые записи, сделанные на протяжении 2008–

2011 гг. в ряде сёл Воронежской области;

4) Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля, Словарь русских народных говоров под ред. Ф. П. Филина, Ф. П. Сороколетова, из которых извлекались интересующие нас лексемы с пометой *воронежское*.

Основной водной артерией Воронежской области является река Дон. На территории края также расположены 738 озёр, 2408 прудов и протекают 1343 реки. Подавляющее большинство населённых пунктов расположено на берегах водоемов, так как рыболовство во все времена было одним из важнейших способов жизнеобеспечения.

Воронежский регион богат икhtiологическими названиями не только в силу указанных экстралингвистических особенностей, но и лингвистических, которые заключаются в том, что состав воронежских говоров неоднороден. В них представлены южно-русские, среднерусские и севернорусские диалекты. Этими обстоятельствами в немалой степени объясняется пестрота мотивировочных признаков, отмеченных в изучаемом крае.

Видовой состав рыб, обитающих в водоемах области, очень разнообразен. Икhtiофауна представлена 16 семействами и 59 видами рыб [2]. Номенклатура рыб, существующая в литературном языке, дополняется у рыбаков собственной системой номинаций. Нами зафиксированы народные названия только для 31 вида рыб — всего 324 наименования. Отсутствие наименований для остальных видов можно объяснить тем, что они являются редкими или проходными, то есть появляются в водоемах области только на время нереста.

Разные виды рыб получили разное количество номинаций. Так, например, для щуки зафиксировано 22 названия, для карася — 18, для окуня и ротана — по 16, для уклейки, густеры и сома — по 15, для жереха и пескаря — по 14, для налима и плотвы — по 13, для леща и обыкновенного ерша — по 12, для белоглазки и волжского подуста — по 6, для синца — 5, для обыкновенной верховки — 4.

Такая разница в количестве номинаций может быть объяснена, с одной стороны, экстралингвистическими причинами — наибольшее количество номинаций получают те виды рыб, которые имеют важное промысловое значение и чаще всего встречаются в водоемах. А с другой стороны, лингвистическими. Многие явления, предметы действительности являются многопризнаковыми, поэтому при обозначении одного и того же явления, предмета возможно появление многочисленных наименований. Выбор признака, положенного в основу номинации, зависит от того, какой именно признак является существенным в данный момент, так как «в одном акте номинации есть возможность актуализировать лишь часть имеющихся знаний» [3, 79], а также зависит от субъекта, который на свое усмотрение выбирает тот самый единственный признак из ряда возможных.

Стоит отметить, что в научной ихтиологической литературе доминирует локальный принцип номинации, то есть в наименовании часто отражено место распространения определенного вида рыб (волжский судак, донской ерш). Тогда как диалектоносители дают названия рыбам по бросающимся в глаза признакам. «Взаимообусловленность и взаимозависимость лингвистического и экстралингвистического планов, важность обращения к внеязыковым факторам особенно ярко проявляется в разрядах лексики, относящихся к живой природе. Непосредственная обращенность лексики к внеязыковой действительности является ее существенной особенностью по сравнению со всеми другими областями языка, и вряд ли всестороннее исследование лексики осуществимо без учета этой особенности» [4, 54].

Рассмотрим мотивировочные признаки, положенные в основу наименований рыб в воронежских говорах.

I. Номинации, мотивированные внешними характеристиками рыбы

а) Номинации, мотивированные своеобразным внешним видом

Хóхлик (обыкновенный ёрш); *чёрт* (донской ёрш); *петух* (ротан); *полосáтик*, *полосáтый*, *матрбс*, *матрбсик* (окунь); *жа́ба*, *жа́бка*, *челно́к* (щука).

б) Номинации, мотивированные формой тела рыбы

Доска́, *фане́ра*, *плитка*, *кругляк* (густера); *горба́тый*, *горба́ч*, *горбыль* (каarp); *горбыль* (сазан); *горба́тый*, *за́слинка*, *фане́ра* (лещ); *плоску́ша* (плот-

ва); *са́бица*, *сабля́ка*, *коса́*, *са́бля* (чехонь); *горба́ч*, *горба́тый* (окунь); *бревно́*, *полёно*, *каранда́ш* (судак); *бревно́*, *каранда́ш*, *каранда́шик*, *торпе́да*, *шнуро́к*, (щука); *бревно́*, *сук* (сом).

в) Номинации, мотивированные частью тела рыбы

Глаза́нка, *глаза́ч*, *лупо́глазка* (белоглазка); *лоба́стый*, *лоба́тый* (голавль); *уса́ч* (каarp); *уса́ч* (сазан); *уса́ч* (пескарь); *губа́рь* (подуст); *голова́стый*, *лоба́стый*, *лоба́ч*, *лобик*, *толстоло́б* (толстолобик); *носа́рь* (донской ерш); *кляка́стый* (судак); *зуба́стая*, *зубоска́лка* (щука); *голова́стик*, *уса́тый*, *уса́ч* (сом); *горла́ч*, *губа́н*, *голове́шка* (ротан).

г) Номинации, мотивированные цветом тела рыбы

Синь, *синевá* (густера); *беля́нка* (елец); *беле́зень*, *беле́ст*, *беле́сь*, *белы́зна* (жерех); *ры́жий* (сазан); *сы́нчик* (лещ); *зото́й* (линь); *беля́ночка*, *серу́ха*, *серу́шка* (плотва); *беле́зень*, *беле́зняга*, *беле́зь* (язь); *прозра́чный*, *ры́жий* (судак); *зеленча́к* (ротан); *голова́ня* (голавль).

В ряду данных наименований уточнения требует номинация рыбы голавль — *голова́ня*. В данном случае речь идет о темном цвете тела. Эта рыба «тёмно-зелёная, почти чёрная, бока серебристые с желтоватым оттенком, края отдельных чешуек отненены блестящей тёмной каймой, состоящей из чёрных точек...» [5, 394], «если смотреть сверху, толстая спина голавля сливается с тёмным фоном воды» [6, 156]. Можно предположить, что название связано со словом *голова́ня* 'тлеющее или обгорелое полено, бревно' [7, 1, 326], то есть тёмный цвет рыбы, да и вытянутая форма тела, делают её похожей на чёрное обгорелое полено.

д) Номинации, мотивированные цветом определенной части тела рыбы

Красногла́зка (голавль); *краснопе́ра* (густера); *краснопёрка* (каarp); *красногла́зка*, *краснопёрка* (плотва); *чернобрю́х*, *чернопу́зик* (подуст); *белогла́зый* (судак).

е) Номинации, мотивированные особенностями поверхности тела

Сопли́вый, *слюня́вый*, *слизня́к* (линь); *слюня́вый*, *сопа́тый*, *сопа́ч*, *сопли́вый* (обыкновенный ерш); *шарша́вый* (окунь); *ско́льзкий*, *скли́зкий* (налим).

II. Номинации, мотивированные местом обитания рыбы

Верхопла́вка (верховка); *песка́н* (пескарь); *земля́н*, *камени́к* (подуст); *камышо́вка*, *травя́нка* (щука); *призе́мник*, *травя́нка* (ротан).

III. Номинации, мотивированные особенностями передвижения рыбы

Жи́вчик, *вьюн*, *зме́й* (налим).

IV. Номинации, мотивированные особенностями поведения рыбы

Гоне́ц (голавль); *быстря́нка*, *игруно́к*, *ко́нек* (елец); *гоне́ц*, *кобы́ла*, *ко́нь*, *корта́р*, *разбо́йник*, *банди́т*, *хвaт* (жерех); *лень*, *копу́ша*, *флегма́тик* (линь); *хозя́ин*

(окунь); *собака, аллигатор, крокодил* (щука); *бандит, диверсант* (ротан).

У. Номинации, мотивированные особенностями питания рыбы

Водяная свинья, свинья (каarp); *пескозоб, сказоб, сказуб* (пескарь); *поросенок* (толстолобик); *лягушатник, лягушбнок* (сом); *живоглот* (ротан).

У. Номинации, мотивированные временем нереста рыбы

Калина, калинка, калиновец (густера).

Нерест, «как наиболее характерное проявление жизнедеятельности рыб <...>, принадлежит к числу тех признаков, которые издавна кладутся в основу семантически мотивированных ихтиологических наименований» [8, 48].

Нерест густеры совпадает с периодом цветения калины (конец мая — начало июня). Хотя можно предположить и другую мотивировку названия. Возможно, здесь имеет место номинация по цвету части тела: ягоды калины красного цвета, а у густеры красные плавники.

У. Номинации, мотивированные внутренним строением рыбы

Костлявый (лещ).

Большинство ихтионимов имеют прозрачную внутреннюю форму. Лишь 10% наименований являются немотивированными (в данной работе такие примеры мы не рассматривали). Это обусловлено тем, что «слова, ясные в словообразовательном или этимологическом отношении, при прочих равных условиях (степень употребительности, характер предметной соотносительности и пр.), легче воспринимаются и воспроизводятся, прочнее удерживаются в памяти, нежели слова, лишенные мотивации» [9, 126].

Выявленный материал показывает, что диалектоносители воронежских говоров чаще всего анализируют в ихтионимах отличительные свойства и качества того или иного вида рыбы. При номинации различных видов рыб наиболее частыми оказываются признаки, связанные с их внешним видом, формой тела, окрасом, особенностями поверхности тела. Единичны наименования, в основу которых положены особенности передвижения рыбы, строения тела и время нереста. Данные характеристики становятся для диалектоносителя второстепенными.

Обращает на себя внимание факт большого количества синонимов при номинации одного и того же вида рыбы. Например, густера имеет названия: *доска,*

фанера, плитка, кругляк, синь, синева, краснопера, калина, калинка, калиновец; щука получила номинации: *жаба, жабка, челнок, бревно, карандаш, карандашик, торпеда, шнурок, зубастая, зубоскалка, камышбвка, травянка, собака, аллигатор, крокодил*. Это указывает на особенности восприятия денотата носителями говора.

Также следует отметить наличие слов-полисемантов, появление которых происходит благодаря наличию сильного мотивата, сближающего разные виды рыб (например, *горбатый* — карп, лещ, окунь; *лобастый* — голавль, толстолобик).

Итак, исследование достаточного количества ихтионимов воронежских говоров (324 наименования) позволило, во-первых, выявить основные мотивировочные признаки данной лексики, во-вторых, объяснить многообразие данных названий в исследуемом крае.

ЛИТЕРАТУРА

1. Радченко О. А. Диалектная картина мира как идиотнический феномен / О. А. Радченко, Н. А. Закуткина // Вопросы языкознания. — 2004. — № 6. — С. 25–48.
2. Делицын В. В. Новый список ихтиофауны водоёмов бассейна реки Дон (Воронежская область) / В. В. Делицын // Ихтиологические и рыбохозяйственные исследования на реках и водохранилищах. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. — С. 19–25.
3. Майданова Л. М. Порождение групп диалектных названий для одного и того же предмета (на материале лексики среднерусских говоров) / Л. М. Майданова // Семантика и производство лингвистических единиц (проблемы деривации). — Пермь, 1979. — С. 78–87.
4. Усачёва В. В. Славянская ихтиологическая терминология: Принципы и способы номинации. Обратный словарь / В. В. Усачёва. — М.: Индрик, 2003. — 348 с.
5. Сабанеев Л. П. Жизнь и ловля пресноводных рыб: С приложением «Рыболовного календаря» / Л. П. Сабанеев. — Киев: ГОССЕЛЬХОЗИЗДАТ УССР, 1960. — 667 с.
6. Калугин М. С. Справочник рыболова / М. С. Калугин. — Воронеж: Коммуна, 1989. — 511 с.
7. Словарь русского языка: в 4 т. / гл. ред. А. П. Евгеньева. — М.: Русский язык, 1981–1984.
8. Коломиец В. Т. Происхождение общеславянских названий рыб: К IX Международному съезду славистов / В. Т. Коломиец. — Киев: Наукова думка, 1983. — 160 с.
9. Моисеев А. И. Мотивированность слов / А. И. Моисеев // Уч. зап. Ленингр. ун-та. Сер. филол. наук. — 1963. — Вып. 68. — С. 121–136.

Воронежский государственный университет

Куйдина Е. П., кандидат филологический наук, доцент кафедры русской литературы XX и XXI веков, теории литературы и гуманитарных наук филологического факультета
E-mail: rosa.00@mail.ru

Voronezh State University

Kuydina E. P., Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of the Russian Literature of the 20th and 21st Centuries, Theory of Literature and the Humanities
E-mail: rosa.00@mail.ru

ЦВЕТОВАЯ СИМВОЛИКА В МОТИВЕ ОДИНОЧЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ПОВЕСТЕЙ А. П. ЧЕХОВА «ЧЕРНЫЙ МОНАХ» И «БАБЬЕ ЦАРСТВО»

Лю Сяоя

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 20 августа 2023 г.

Аннотация: статья посвящена символике цвета и ее роли в мотиве одиночества на материале повестей А. П. Чехова «Черный монах» и «Бабье царство». В статье анализируется символическое значение цвета и цветовая гамма в рассказах Чехова, рассматривается взаимосвязь между цветом и мотивом одиночества. Известно, что одиночество — доминирующий мотив в творчестве Чехова. Цель работы заключается в том, чтобы выявить чеховские принципы использования цветописы и мотива, рассмотреть использование цветовой гаммы в чеховском творчестве. Анализируя произведения, мы делаем вывод, что автор использует яркие цвета и сочетание цветов, чтобы изобразить природные пейзажи, образы персонажей и окружающую атмосферу, также часто использует цвета для передачи символического значения.

Ключевые слова: цветопись, символика цвета, мотив, цветовая палитра, одиночество.

Abstract: the article is devoted to the symbolism of color and its role in the motive of A. P. Chekhov on the material of the story "The Black Monk" and "Indian Kingdom". The article analyzes the symbolic meaning of color and color scheme in Chekhov's stories, considering the relationship between color and the motive of loneliness. It is known that loneliness is the dominant motive in Chekhov's work. The purpose of the work is to identify Chekhov's principles of using color painting and motif, to consider the use of colors in Chekhov's work. Analyzing the works, we conclude that the author uses bright colors and color combinations to depict natural landscapes, images of characters and the surrounding atmosphere, and also often uses colors to convey symbolic meaning.

Keywords: color painting, color symbolism, motif, color palette, loneliness.

Цвет, цветопись и цветовая символика давно интересуют исследователей во всех областях. Многие исследования показали, что цвет, как одна из поэтических категорий, может отражать творческие принципы писателя, анализ цветообозначений в художественной литературе может способствовать пониманию мыслей автора.

Л. В. Щерба определяет цветопись как важный элемент стиля и построения смысла: «Один из основных элементов стиля писателя, с помощью которого в литературном произведении выражаются идеи и связанное с ними эмоциональное содержание» [1, 97].

И. Б. Бахилина в своей работе излагает подробно историю цветообозначений в русском языке, также она обращается к проблеме литературной цветописы, особенностей употребления цветообозначений в художественной литературе. Согласно ее мнению, цветопись — это «употребление цветообозначений для создания художественного образа» [2; 9,104].

В работе А. Вежбицкой «Язык, культура, познание» говорится, что зрительное восприятие важно для людей во всех культурах, цвет является признаком восприятия мира. Можно сказать, цвет рассматри-

вается как важная часть зрительного восприятия [3].

Феномен цвета влияет на психологию, мысли, чувства и характер людей. В монографии А. А. Исаева проводится философский анализ теоретического мышления и феномена цвета в творчестве художников-живописцев. С помощью цвета как формы восприятия мы постигаем повседневные явления [4].

В последнее время виден большой интерес ученых к изучению цветописы в произведениях русских писателей. Данная работа посвящена проблеме цветописы у Чехова.

Символика цвета в «Черном монахе» была подробно проанализирована [5]. Поэтому в данной статье будет исследована связь между цветом и темой одиночества в повести «Черный монах» и формирование цветовой палитры в повести «Бабье царство». Выбор этих двух произведений в качестве примера обусловлен богатыми описаниями цветов и тесной связью между символическим значением цвета и мотивом одиночества.

При описании пейзажа, когда Коврин впервые увидел призрак, тускло освещенный фон усиливает одиночество главного героя. Угрюмые сосны, которые отсвечивают последние лучи заходящего солнца, смешанное чувство одиночества и загадки: «ни человеческого жилища, ни живой души» [6, 234]. Чер-

ный цвет также используется для описания эмоционального состояния Коврина. Он указывает на опустошенность души и уединенность.

В повести Тania и Коврин отдаляются друг от друга в результате непонимания, которое отделяет Коврина от жены и ее отца. Как отмечалось исследователями, герой теряет связь с окружающей реальностью и предается галлюцинациям, фантазиям, которые приводят к одиночеству и внутренней пустоте. Но одиночество свойственно не только Коврину. Каждый из главных героев повести чувствует себя одиноким по-своему. Сам Коврин, потерявший отца и мать в раннем детстве, чувствует себя одиноким сиротой, живя один в своем родном городе. Он интересуется скучной философией, а после разговора с Черным монахом Коврин считает себя избранником Божиим, отличным от обычных людей. Все это заставляет его чувствовать себя одиноким внутри, вследствие чего никто кроме Черного монаха не мог с ним близко общаться.

Для Тани вся ее жизнь связана с садом, ее уединение ассоциируется с образом сада, но у нее нет друзей, ее жизнь однообразна и одинока.

«У нас неинтересные знакомые, да и тех мало. У нас только сад, сад, сад, — и больше ничего. <...> Вся, вся наша жизнь ушла в сад, мне даже ничего никогда не снится, кроме яблонь и груш» [6, 230].

В кульминационный момент повести одиночество Коврина становится все более интенсивным. Он сильно страдает от душевной пустоты и одиночества.

«Почерк на конверте напомнил ему, как он года два назад был несправедлив и жесток, как вымещал на ни в чем не повинных людях свою душевную пустоту, скуку, одиночество и недовольство жизнью» [6, 254].

Кроме того, с появлением черного монаха автор использует темные тона, черный цвет тесно связан с чувством одиночества, а метафора темноты — это не только душевное смятение и страх, испытываемые главными героями в определенный период их жизни, но и сопутствующее одиночество.

Итак, в повести доминируют темные тона, которые становятся символическим выражением тягостной скуки жизни и одиночества. Цветовая палитра играет важную роль в выделении мотива духовной пустоты персонажей.

Обратимся к цветовым решениям повести «Бабье царство». В этой повести все противоречия, смятение и боль в душе Анны Акимовны подробно выразились в один короткий день, что казалось, это не день Анны Акимовны, а вся ее жизнь. В повести цвет — не просто феномен зрительного восприятия, он тоже имеет глубокий символический и психологический подтекст.

В самом начале повествования автор использует черный цвет для изображения рабочей среды служащих и внешностью Пименова.

Как представляется, автор акцентирует внимание не только на контрасте между светлым и темным, но и на комбинации цветов. К примеру, сочетание красного и желтого: красное железо и искры, красный и желтый на темном фоне корпусов создают сильный визуальный эффект. Красно-желтое сочетание красных банкнот и тонкие желтые стрелки отражают контраст между богатством Анны и бедностью семьи Чаликовых.

«Это она знала, но все-таки положила на стол 25 рублей и, подумав, прибавила еще две красных бумажки. Тощая желтая рука госпожи Чаликовой, похожая на куриную лапку, мелькнула у нее перед глазами и сжала деньги в кулачок» [6, 266].

Кроме того, сочетание разных цветов играет роль в развитии сюжета. Писатель часто использует различные сочетания цвета и контрасты, которые создают определенную атмосферу. Например, сочетание черного, красного и белого создает ощущение напряженности, как бы акцентирует срочность работы.

«Бледные или багровые или черные от угольной пыли лица, мокрые от пота рубахи, блеск стали, меди и огня, запах масла и угля, и ветер, то очень горячий, то холодный, произвели на нее впечатление ада» [6, 260].

Используя сочетания цветов, автор иллюстрирует озабоченные лица рабочих, темноту мрачных корпусов и барачков, контрастирующую с ярким светом, излучаемым блеском стали, меди и огня.

В эпизоде, когда служащие пришли с поздравлением, Анна вспоминает время, когда все ласково называли ее Анютой. Смена обращения также указывает на то, что окружающие отдаляются от нее, что также повергает ее в уныние. Не случайно автор говорит о внутреннем мире Анны, которая всегда боялась прослыть «вороной в павлиньих перьях». Анна пытается показать свою значимость в глазах других [7, 91].

В паре с черным в повести выступает белый цвет. Это цвет снега, чистоты, святости, элегантности. После ранней обедни душа Анны очищается, а ее тело и разум расслабляются. Контраст между черным небом и белым снегом создает сильное впечатление.

«На дворе еще было совсем темно, и только нижний край оконной рамы белел от снега» [6, 268].

Так, белый снег олицетворяет чистоту и невинность и настраивает Анну на расслабленный лад, сердце героини очищается в заснеженном мире. Мир снега олицетворяет спокойствие вдали от мирской суеты.

«За ночь навалило много нового снега, деревья оделись в белое, <...> как будто и душа умылась или окунулась в белый снег» [6, 269].

Одиночество — одна из основных категорий мироощущения в чеховских текстах [8]. Анна сравнивает свое внутреннее одиночество с полумесяцем, где лунный свет — символ одиночества и беспомощности.

Повесть кончается возвращением к привычной скуке.

«Я одинока, одинока, как месяц на небе» [6, 281].

В психологическом портрете Анны Акимовны переплетаются различные эмоции, такие как беспокойство, радость, самобичевание, стыд, беззаботность, тоска, боль, одиночество. Эти эмоции возникают многократно и соревнуются за выход на сцену, счастье отгоняет беды, стыд отгоняет счастье, радость отгоняет самообвинение, тоска приносит боль, а одиночество добавляет возбуждения, особенно для такой женщины, как Анна, полной противоречий, боли и борьбы в сердце. Автор неоднократно использует оборот «ей казалось», что скрытый внутренний мир Анны раскрывается более непосредственно через внутренний монолог одиночки. Ее одиночество прорастает из ненужности, отсутствия близости, чувства принадлежности, невозможности убежать от реальности и разочарования в поисках новой жизни.

«...но уже ей казалось, что это никому не нужно; казалось ей, что и это дорогое платье она надела неизвестно для кого и для чего. И ее уже, как это бывало во все праздники, стали томить одиночество и неотвязная мысль, что ее красота, здоровье, богатство — один лишь обман, так как она лишняя на этом свете, никому она не нужна, никто ее не любит» [6, 276].

Анна живет одна, без родителей, незамужняя и одинокая в двадцать шесть лет («думала о том, что одиночество ее вполне естественно, так как она не вышла замуж и никогда не выйдет»), она отчуждена от рабочих, о ней говорят, что она богата и эксплуататорша, что она пожирает жизни других и сосет кровь рабочих. Более того, воспоминания о прошлой жизни указывают на желание счастливой жизни и бегства от ее нынешнего состояния. Когда праздничное возбуждение проходит, она остро страдает от одиночества («Приближалась длинная, одинокая, скучная ночь») [6, 294].

В «Бабьем царстве» появляются и другие цвета. Райсевич докурил сигару и последовал за Анной Акимовной в ее кабинет, украшенный розовым или голубым фонарем. Розово-голубая гамма фонарей имеет описательную функцию. Розовый — это нежный и романтичный цвет, он связывает с любовью [9, 161]. Анна жаждет любви, но в душе она чувствует себя одинокой. Должно быть, это явление подтекста: указание на столкновение страсти и чистой любви, мгновенность любви и драматизм развязки.

Позднее розовый цвет приобретает эротический смысл.

«<...> розоватого цвета, которое, как мне кажется, если бы можно было положить его на язык, дало бы терпкий, сладострастный вкус» [6, 285].

Повесть заканчивается привычным возвращением скуки на фоне черного неба и мерцающего контраста между светлым и темным. Слияние света и цвета наблюдаем в финале повести: «Поглядела она кругом на темные окна и стены с картинами,

на слабый свет, который шел из залы, и вдруг нечаянно заплакала, и ей досадно стало, что она так одинока, что ей не с кем поговорить, посоветоваться» [6, 294]. Здесь оттенки используются для описания эмоционального состояния героя — опустошенность и одиночество.

Л. Н. Синякова подчеркивает, что сюжетное движение повести развивается в последовательности: тоска — воодушевление — скука — смирение [10]. Из этого следует, что по мере развития и изменения сюжета цвета переходят от темных к светлым и снова к темным: черный — депрессия, белый — расслабление, розовый и голубой — возбуждение, желтый — унылость.

В результате переход от темного к светлому подчеркивает смену настроения, благодаря молитве и празднику Анна чувствует себя расслабленной и счастливой, поэтому все описание меняется с темных на яркие цвета, и когда речь идет об обеде и литературе, автор использует яркие цвета — розовый, голубой и желтый. Бессилие от невозможности выйти из состояния одиночества заставляет Анну чувствовать тяжесть, и весь тон описания темнеет. В финале автор показывает внутренний монолог героини, раскрывающий ее одиночество и духовную пустоту.

В общем, символика цвета у Чехова связана с различными функциями: цвет используется для передачи эмоций персонажей, описания портрета и интерьера, а также выполняет символическую функцию, которая способствует возникновению духовного подтекста. Важно, что цвет играет выдающуюся роль в подчеркивании мотива одиночества. Столкновение героев с пустотой своего духовного мира и замкнутостью экзистенциальной ситуации показано автором с помощью цветописи и цветовой символики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Щерба Л. В. Избранные работы по русскому языку / Л. В. Щерба. — М., 1957.
2. Бахилина И. Б. История цветообозначений в русском языке / И. Б. Бахилина. — М.: Наука, 1975.
3. Вежбицкая А. Язык, культура, познание / А. Вежбицкая. — М., 1996. — С. 231–291.
4. Исаев А. А. Философия цвета: феномен цвета в мышлении и творчестве / А. А. Исаев. — М.: Флинта, 2011.
5. Лю Сяоя. Символика цвета в повести А. П. Чехова «Черный монах» / Лю Сяоя, И. Э. Васильева // Казанский лингвистический журнал. 2023. № 6(2). С. 155–164.
6. Чехов А. П. Полное собрание сочинений и писем: В 30 т. / А. П. Чехов // Сочинения: В 18 т. АН СССР; Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. М.: Наука, 1974–1982. Т. 8. [Рассказы. Повести], 1892–1894. — 1977.
7. Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка / А. И. Фёдоров. — М.: Астрель, АСТ. — 2008.
8. Червинскене Е. Единство художественного мира. А. П. Чехов / Е. Червинскене. — Вильнюс: Моклас, 1976.

9. Серов Н. В. Символика цвета. 2-е изд. / Николай Серов. — СПб.: Страта, 2019. — С. 161.

10. Синякова Л. Н. Топос ДОМ в прозе А. П. Чехова 1890-х годов и ассоциированные с ним мотивы: смире-

ние — бегство — уход / Л. Н. Синякова // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. — Т. 19, № 9: Филология. — С. 102–113.

*Санкт-Петербургский государственный университет
Лю Сяоя, аспирант кафедры истории русской литературы
E-mail: liuxiaoya410@gmail.com*

*Saint Petersburg State University
Liu Xiaoya, postgraduate student of the Department of
History of Russian Literature
E-mail: liuxiaoya410@gmail.com*

СЕМАНТИКА НЕСЧАСТЬЯ В РОМАНАХ И. А. ГОНЧАРОВА «ОБЫКНОВЕННАЯ ИСТОРИЯ» И «ОБЛОМОВ»

Н. С. Мерзликина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 20 августа 2023 г.

Аннотация: в статье прослеживается формирование семантики несчастья в текстах И. А. Гончарова — начиная от прозы 40-х годов и заканчивая самым известным произведением писателя — романом «Обломов». Тема несчастья является в этом романе одной из ключевых, и поэтому определение авторской концепции несчастья позволит по-новому интерпретировать финал романа, ответить на вопрос, вызывающий споры в литературоведении — а был ли Обломов счастлив?

Ключевые слова: семантика счастья, концепт счастья, концепт несчастья, категория несчастья, Гончаров.

Abstract: the article describes the formation of the semantics of misfortune in the texts of I. A. Goncharov — starting with the prose of the 40s and ending with the most famous work of the writer — the novel “Oblomov”. The theme of misfortune is one of the key ones in this novel, and therefore the definition of the author’s concept of misfortune will allow us to interpret the ending of the novel in a new way, answer the question that causes controversy in literary criticism — was Oblomov happy?

Keywords: semantics of happiness, concept of happiness, concept of unhappiness, category of unhappiness, Goncharov.

Тема счастья и несчастья становится сюжетообразующей во многих текстах русской литературы второй половины XIX века. Так, в статье, созданной авторским коллективом [Ибатуллина, Мишина, Радь, Старицына 2020], ученые обозначают ключевые векторы фелицитарного метасюжета в литературе и прослеживают их реализацию и эволюцию в текстах писателей XIX века: А. С. Пушкина, И. А. Гончарова, Н. А. Некрасова, А. П. Чехова, затрагиваются также пути воплощения счастья в произведениях более широкого круга авторов — Л. Н. Толстого, Н. Г. Чернышевского. Ученые рассматривают счастье с точки зрения достижимости и недостижимости, рациональности и иррациональности и приходят к выводу, что «диалогические отражения разных путей интерпретации темы счастья позволяют рассматривать логику ее развития в качестве одного из метасюжетов русской литературы» [3, 101].

В творчестве Гончарова эта тема является особенно значимой, о чем свидетельствует частота употребления лексем со «счастливой» и «несчастливой» семантикой в произведениях писателя. Говоря о традиции изучения счастья в текстах И. А. Гончарова, стоит отметить исследования, где изучается преемственность творческого метода А. С. Пушкина и И. А. Гончарова. Это работа С. Г. Шепеля [12], а также монографии М. В. Отрадина [8] и А. Молнар [6]. Учитывая частоту употребления лексемы «счастья» в произведениях Гончарова, можно отметить,

что во многом благодаря этому, так или иначе, проблема счастья поднимается и в исследованиях, посвященных изучению других мотивов произведения.

В работе В. А. Недзвецкого рассматривается семейное счастье Штольцев с точки зрения полноты и неполноты. Автор отмечает декларативный характер их отношений, что ставит под сомнение абсолютность такого счастья [7, 29]. Е. И. Пинженина исследует проблему соотношения счастья, страсти и любви в романе «Обломов» и формирования концепции И. А. Гончарова «счастье-страсть» [9]. Однако, во-первых, автором не учитывается роман И. А. Гончарова «Обыкновенная история», в котором, по мнению Е. А. Краснощековой, «уже проявились все предпочтения Гончарова в выборе традиций, жанра, сюжета, героя и всех других элементов романа» [5, 245]. Во-вторых, в работе отождествляется любовь и страсть и не разграничивается точка зрения автора и героев. Финальное несчастье персонажей в романе «Обломов» рассматривается как проявление авторской концепции Гончарова и не анализируются причины этого несчастья: «Уже из анализа некоторых эпизодов романа «Обломов» становится ясно, что конечное счастье, по Гончарову, невозможно для человека. Если оно возникает, то влечет за собой скуку, мыслится неполным, неполноценным. Для наполнения счастья необходимы хотя бы кратковременные ослепление, обман, упоение — смотря по ситуации и характеру» [9, 27].

Таким образом, исследование семантики счастья в художественном мире И. А. Гончарова имеет бога-

тую традицию. Однако, несмотря на существование отдельных исследований, до сих пор отсутствуют работы, в которых семантика счастья рассматривалась бы комплексно. Даже в наиболее полном исследовании Г. М. Ибатуллиной и Ю. А. Старицыной внимание уделяется в основном диаде «счастье-покой». Авторы отмечают двойственную природу «покоя»: «есть покой, понимаемый как житейское благополучие, и покой как полнота жизни, достигаемая через гармоническое единство житейского и духовно-метафизического в бытии человека. И та, и другая форма счастья-покоя обыгрывается в романе через метафору сна» [Ибатуллина, Старицына 2017: 18]. Метафора сна сопровождает описание состояния влюбленных Андрея и Ольги и «увядания» Обломова. Сопоставление двух сюжетных ситуаций позволяет авторам неоднозначно трактовать финал произведения, снижая градус его трагичности. Так, авторы отмечают, что единственной героиней, достигшей счастья в реальности, становится Агафья Матвеевна Пшеницына.

Однако если счастье в последнее время всё чаще становилось предметом исследования гончароведов, то несчастье оставалось без внимания. Между тем, в авторской концепции именно несчастье часто выступало маркированной, первичной категорией. Кроме того, сам И. А. Гончаров указывал на существование в текстах своих произведений скрытых «ключей», нахождение которых необходимо для постижения смысла. Поэтому кажется важным рассмотреть в художественном мире Гончарова семантику несчастья, обратить внимание на неочевидные контексты употребления лексемы и художественные детали, с помощью которых автор имплицитно выражает свою позицию. Это и определяет актуальность нашей работы.

Уже в первом произведении Гончарова, где возникает тема счастья, — в «Лихой болести» — автор делает акцент на описании семантики «несчастья», а «счастье» представлено как антонимичное состояние. В своем понимании термина семантика мы следуем определению О. М. Фрейденберг и подразумеваем отразившуюся в образном строе и языке произведения систему мировоззренческих значимостей, совокупность идеологических установок автора [11, 244].

Гончаров указывает на самый важный признак несчастья — страдание. «По-моему, какая бы ни была причина горя, но если человек **страдает**, то он и **несчастлив**» [1, 81], «Для измерения **несчастья** нет общего масштаба» [1, 81]. «Несчастливыми» в повести называются герои, которые рискуют своей жизнью. Так именуется Филипп Климыч, ходивший на прогулки вместе с семейством Зуровых, и само семейство Зуровых. Важно, что под гибелью в «Лихой болести» подразумевается не только физическая смерть. Несчастье связывается с нарушением спокойного течения

жизни: «да и могло ли быть иначе, когда **несчастливые** сами стремились навстречу всем неудобствам?» [1, 44]; «Куда **стремите** ваш **бег, несчастные**, и почто возмущаете **покой** ближнего? — возопил я вдохновенным голосом» [1, 46].

Значимым несчастье становится уже в романе «Обыкновенная история». Потерю расположения возлюбленной Александр воспринимает как потерю смысла существования и жизни вообще. Об этом герой сообщает в разговоре с Адуевым-старшим:

— Что сделал? **Похитил всё** у меня.

<...>

— То, что для меня дороже всех сокровищ в мире, — сказал Александр.

— Что же это такое было?

— Всё — **счастье, жизнь** [1, 296].

О своих страданиях Александр говорит так: «Денег, денег! о, если б мое **несчастье** было только в безденежье, я бы благословил свою судьбу» [1, 421]. Петр Иванович, узнав о страданиях племянника, сразу предлагает денег, поскольку, видимо, считает, что причиной переживаний может быть только безденежье. Александр же не только лишается возлюбленной и признания себя как талантливого литератора, но и переживает разрушение прежних иллюзий и, следовательно, того, что он считал целью жизнью.

Во II части романа Александр уже даёт определение своему несчастью в любви и называет его причины: «Моё **несчастье** состоит в том только, что я **не встретил** существа, достойного этой **любви** и одаренного этой силой» [1, 325]. Этими словами Адуев-младший как будто бы подтверждает, что не находит в действительности подтверждения любовному идеалу. Однако сам этот идеал основывается на иллюзиях, равно как, соответственно, и представления героя о счастье.

И это демонстрирует вторая любовь Александра: любовь Юлии «существует в романах, а не в природе и... оттого всегда и бывает **несчастлива**» [1, 360]. Юлия, как и Александр, болезненно переживает несоответствие романтических представлений действительности и ожидает от возлюбленного нужных ей действий: «Она бы тотчас разлюбила человека, — если б он не пал к ее ногам, при удобном случае, если б не клялся ей всеми силами души, если б осмелился не сжечь и испепелить ее в своих объятиях» [1, 361].

В главах, посвященных роману Тафаевой и Александра, автор иронически намекает, что мужчине приносит несчастье внешняя привлекательность. Об этом мы узнаем из рассказа Петра Ивановича о Суркове: «Господствующая его слабость — женщины. Он же, к **несчастью**, как ты видишь, **недурен** собой, то есть румян, гладок, высок, ну, всегда завит, раздушен, одет по картинке... Тут у него пойдут и сюрпризы, и подарки, и **угождения**...» [1, 345]. Сурков имеет схожие с главным героем внешние харак-

теристика. Описание внешности Адуева-младшего мы находим в главе, где Адуев возвращается в Грачи: «Где же твои волосики? как шелк были! — приговаривала она сквозь слёзы, — глаза светились, словно две звездочки; щеки — кровь с молоком; весь ты был, как наливное яблочко! Знать извели лихие люди, **позавидовали** твоей красоте да моему **счастью!**» [1, 432]. Г. П. Козубовская сопоставляет персонажей с помощью такой детали, как шляпа. Она отмечает, что на семиотическом уровне шляпа символизирует оторванность головы от тела. Когда герои снимают шляпу, находясь рядом с возлюбленными, это стоит трактовать не просто как проявление вежливости, но и как указание Гончаровым на любовное безумие в порыве мечтательности [4, 131].

Ключевое сходство прослеживается в представлениях Суркова и Адуева о браке: «...она, говорит, может быть, и не мечтала о таком **счастье**, какое ей готовилось. Я бы, говорит, **не прочь жениться**, если б она умела **привязать** меня к себе» [1, 358]. В словах Петра Ивановича видна явная связь между внешней привлекательностью мужчины и его склонностью к «угождению». Красота делает персонажа-мужчину восприимчивым к женскому вниманию и лести, а это вынуждает его обращаться более к миру чувств, чем к миру дел и строгой прагматики. Беспокойство Петра Ивановича вызывает перспектива снижения прибыли завода из-за поведения Суркова. Следовательно, внешняя привлекательность мужчины приводит к безденежью, что и является, с точки зрения Адуева-старшего, подлинным несчастьем для мужчины.

В связи с этим в репликах старика Костякова, спутника Адуева-младшего, с которым тот после разрыва с Юлией «играет в шашки зимой, а летом за городом удит рыбу» [1, 393], можно увидеть намек на то, что могло бы быть для Александра подлинным счастьем. Сетую на то, что Александр упустил щуку, Костяков скажет о его рыболовном везении: «Но всё это не щука! <...> **было счастье** в руках, да не умели пользоваться; дважды этого не случится» [1, 396]. Как можно с осторожностью предположить, с помощью этой реплики Гончаров дает понять, что Александр, возможно, ошибся, когда решил отправиться в Петербург. Интересно отметить, что, говоря об отъезде Александра в I главе, повествователь мимоходом скажет о выбранном героем пути так: «Скрывался от глаз только прямой путь; заметь он его, так тогда, может быть, и не поехал бы» [1, 180]. Примечательно, что в IV главе II части спутником Александра, желающего «усердно умертвить в себе духовное начало» [1, 393], становится Костяков, любящий присутствовать при «**несчастных смертных случаях**». Тем самым в тексте косвенно сближаются духовная и физическая смерть.

Разочаровавшись в своих любовях, Александр Адуев предпочитает отказаться от всяких желаний и целей, дабы избежать дальнейшего ухудшения уча-

сти: «Не лучше ли жить без всяких надежд и волнений, не ожидать ничего, не искать радостей и, стало быть, не оплакивать потерь?..» [1, 416]. Семантика счастья и семантика несчастья тесно взаимосвязаны: прежняя составляющая счастья, основанная на любовной мечте, теперь враждебна герою и выступает причиной несчастья. При этом искомым покоем в понимании героя — не новый идеал счастья, а способ, благодаря которому можно избежать любых эмоциональных потрясений, неизбежно связанных как со счастьем, так и с несчастьем («Его пугал и периодический прилив счастья и **несчастья** в жизни» [1, 390]).

Соотношение несчастья и покоя более явно прослеживается в романе «Обломов»: тема счастья возникает тут уже на первых страницах. В I главе читатель застаёт главного героя, Илью Ильича Обломова, переживающим несчастье. Автор прямо не называет героя несчастным, однако намекает на это, описывая его состояние: «Он терялся в приливе житейских забот и всё лежал, ворочаясь с боку на бок» [2, 16]. Причины возникновения беспокойства связываются, с одной стороны, с необходимостью переезда, о котором сообщает Обломову Захар: «Ты **не беспокой** меня, а там, как хочешь, так и распорядись, только чтоб **не переезжать**» [2, 16]. С другой стороны, героя волнует уменьшение его доходов. Во II главе 1 части Обломов рассказывает об этом Волкову, а в беседе со Штольцем поясняет, в чем состоят его несчастья: «Совсем разорился» [2, 166]; «С квартиры гонят» [2, 167]. И перспектива разорения, и переезд вызывают у Обломова схожие ощущения. О переезде герой говорит патетически: «С квартиры гонят; вообразите — надо съезжать: ломки, возни, подумать страшно!» [2, 33]. Разорение также приобретает в глазах Ильи Ильича столь же гипертрофированные черты: «Да ведь я с голоду умру! Чем жить?» [2, 36].

Повествователь неоднократно подчеркивает, что несчастья связаны с беспокойством, и, соответственно, барьером на пути их экспансии служат забвение и успокоение себя различными словесными ритуалами: «...эти два **несчастья**, то есть, зловещее письмо старосты и переезд на новую квартиру, перестали **тревожить** Обломова и поступили уже в ряд **беспокойных** воспоминаний» [2, 94]; «Так он попеременно волновался и **успокаивался** и, наконец, в этих примирительных и **успокоительных** словах он успел оградить себя ими от двух **несчастий**» [2, 94]. Поиск новой квартиры и поездка в имение как реальные действия героем не рассматриваются. Рассказывая о «двух несчастьях» Алексею, Обломов смотрит на него «с сладкой надеждой, авось не выдумает ли, чем бы успокоить» [2, 36]. Покой становится и решающим аргументом Тарантьева, убеждающего Обломова поселиться на Выборгской стороне: «А там подумай: ты будешь жить у кумы

моей, благородной женщины, в **покое**, тихо: никто тебя не тронет; **ни шуму, ни гаму**, чисто, опрятно» [2, 46].

Однако не только переезд и разорение Обломов считает несчастьем. В VI главе II части герой называет несчастьем страсть: «Наконец, если и постигнет такое **несчастье — страсть**, так это всё равно, как случается попасть на избитую, гористую, несносную дорогу...» [2, 204]. Такому несчастью герой противопоставляет «вечно-ровное биение **покойно-счастливого** сердца» [2, 203]. Отношения, основанные на страсти, рождают в человеке «томления, изнеможения и потом бешеный переход к радости» [2, 203], что несовместимо с покоем. Поэтому Обломов убеждён в необходимости того, что «страсть надо ограничить, задушить и утопить в женитьбе» [2, 204]. Но если изначально свадьба в понимании Ильи Ильича выступает как «поэтический венец счастья» [2, 320], то в III части герой начинает считать себя «несчастливым» уже из-за предстоящей женитьбы на Ольге.

С этой точки зрения интересна автохарактеристика Обломова: «А ты ездил каждый день, **как окаянный**, с утра к невесте...» [2, 322], — отсылающая к определениям, которые герой использует по отношению к своим гостям. Он называет их «несчастливыми». Думая о жизни Волкова, Ильи Ильич радуется, что ему не нужно «в десять мест в один день», а можно лежать, «сохраняя своё человеческое достоинство и свой покой» [2, 21]. Очевидно, что несчастным Волкова делает в первую очередь отсутствие в его жизни покоя. К такому же выводу Обломов приходит, когда думает о Пенкине, который «не знает покоя», и Судьбинском, работающем «с двенадцати до пяти в канцелярии, с восьми до двенадцати дома» [2, 21].

Таким образом, в романе упоминается несколько несчастий — разорение, переезд, страсть, свадьба, и все они вызывают у Обломова одинаковое ощущение — беспокойство. Однако Гончаров делает акцент именно на двух несчастьях — разорении и переезде. Так автор использует возможность «от противного» обозначить главные ценности Ильи Ильича в жизни — покой и достоинство. Страсть или предстоящая свадьба как таковые тревожат героя меньше. В 4-й части романа герой женится на Агафье Пшеницыной: для Обломова в ней «воплощался идеал того необозримого, как океан, и ненарушимого покоя жизни» [2, 383].

Помимо тех определений, которые несчастьем даёт Илья Ильич, мы встречаем в тексте романа точки зрения других героев — Андрея Штольца и Ольги Ильинской. В V главе 1 части мы узнаем, что Штолец «говорил <...> как **несчастлив** Обломов, как **гибнет** все доброе от недостатка участия, деятельности, как **слабо мерцает жизнь** и как...» [2, 192]. Для Штольца несчастье друга заключается в гибели всех положительных начал и талантов. По-настоящему живым,

с его точки зрения, может быть только человек, ведущий активную деятельность. Неслучайно в IX главе 2 части, когда Штолец узнал об окончательном решении Обломова остаться на Выборгской стороне, он почувствовал «ту жгучую тоску, которую испытывает человек, когда спешит с волнением после разлуки увидеть друга и узнает, что его давно уже нет, что он **умер**» [2, 483]. Духовная смерть для героя равносильна физической, и поэтому Андрей безапелляционно говорит об отказе Обломова уехать в имение из дома Пшеницыной как о его реальной кончине, как будто вынося своему другу смертный приговор, не предполагающий обжалования: «**Погиб!** — машинально, шепотом сказал он» [2, 483], «**Погиб**, пропал ни за что» [2, 493]. Между тем, оценивая жизнь Обломова на Выборгской стороне как неотвратимое угасание, А. А. Фаустов трактует возникающую символику болота и ямы в связи с образом погребенного золота и света [10, 10].

Сближение несчастья и мотива «гибели» мы видим в произведении и в дальнейшем. Однако под «гибелью» нужно понимать не только нереализованность талантов и отсутствие жизненных стремлений. Любовь Ольги к Обломову основывалась во многом на фантазиях, и поэтому не могла полноценно реализоваться в настоящем. В момент расставания в этом убеждает себя и сама героиня: «Я **любила** в тебе **то**, что я хотела, чтоб было в тебе, что указал мне Штолец, **что мы выдумали** с ним» [2, 370]. Фантомы, которые герои принимают за счастье, никогда не могут реализоваться в действительности, и поэтому причиняют ещё большие страдания. Однако исполнение желаний и отсутствие стремлений также могут привести к «духовной гибели». Так, после того как в жизни Ольги воплощается «мечта роскошного счастья <...> на широкой арене всесторонней жизни, со всей ее глубиной, со всеми прелестями и скорбями — счастья с Штольцем» [2, 410], героиня начинает больше всего бояться «сна души»: «Вдруг как будто найдёт на меня что-нибудь, какая-то хандра...» [2, 458].

Помимо этого, несчастье может семантизироваться в романе как нездоровье. Так, в 1-й части произведения, где Обломов переживает беспокойство из-за «двух несчастий», он сообщает гостям об ухудшении здоровья и обозначает причины этого: «Ты не знаешь, сколько здоровья унесли у меня эти страсти и заботы!» [2, 351]. Здоровье, как и счастье, оказывается несовместимым с беспокойством. Не случайно, что в финале романа опасение Штольца вызывает физическое и духовное состояние Ольги. Автор называет беспокойство Ольги и её сомнения в собственном счастье «болезненными симптомами»: «стали являться какие-то новые, **болезненные** симптомы. Ею по временам овладевало беспокойство, над которым она задумывалась и не знала, как растолковать его себе» [2, 269]. То, что с точки зрения Штольца выглядит всего лишь как симптом физического не-

дуга, с точки зрения автора может являться симптомом несчастья.

При этом освобождение от душевных страданий и страстей, вызывающих беспокойство, в романе, наоборот, семантизируется как выздоровление. А оно, в свою очередь, расценивается как счастье. В IV главе 4-й части Ольга рассказывает Штольцу об отношениях с Обломовым и, избавляясь от чувства вины и сомнений в настоящей природе его чувств, начинает испытывать счастье: «Она вздохнула, как будто сбросила последнюю тяжесть с души. Оба молчали. — Ах, какое счастье... выздоравливать ... [2, 420]». Не только как причину беспокойства, но и как болезненный симптом воспринимает страсть и Штольц, который неожиданно сближается в этом и с Обломовым. В VI главе 2-й части он называет «идеалом жизни» и «нормой любви» такое состояние, когда неизменным остаются «вечно ровное биение **покойно-счастливого** сердца, следовательно, вечно наполненная жизнь, вечный сок жизни, вечное **нравственное здоровье**» [2, 203]. Интересно, что понятия здоровья и счастья тут сближаются с категорией нормы. Нездоровье же в романе может быть представлено и как неспособность воспринимать счастье. Поэтому Ольга отправляется помолиться об Обломове в Смольную церковь, «чтоб он был здоров, чтоб любил ее, чтоб был счастлив ею, чтоб... эта нерешительность, неизвестность скорее кончилась...» [2, 342]. С точки зрения Ольги нерешительность также выступает причиной несчастья, потому что мешает герою воспринять счастье, т.е. совершать поступки, ведущие по естественному пути жизни.

Таким образом, семантика несчастья в романе помимо беспокойства соотносится с физической и духовной гибелью; причиной последней нередко становится иллюзорная мечта и связанные с этим разочарования. Под несчастьем понимается всё, что способно разрушительно воздействовать на человека, а главным признаком несчастья — и с точки зрения повествователя, и с точки зрения героев — становится беспокойство. Антонимом несчастья, связанного с гибелью, является сохранение нормального хода жизни, её естественного уклада. Поэтому, по существу, единственными счастливыми героями у Гончарова оказываются персонажи «Обыкновенной истории» — Аграфена Ивановна и Евсей, которые блаженствовали десять лет и воссоединились после долгой разлуки.

Воронежский государственный университет

Мерзликина Н. С., аспирант кафедры истории и типологии русской и зарубежной литературы филологического факультета

E-mail: merzlikina_2014@mail.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Гончаров И. А. Полное собрание сочинений и писем: в 20 т. Т. 1. / И. А. Гончаров. — СПб.: Наука, 1997. — 832 с.
2. Гончаров И. А. Полное собрание сочинений и писем: в 20 т. Т. 2. / И. А. Гончаров. — СПб.: Наука, 1997. — 493 с.
3. Ибатуллина Г. М. Фелицитарный метасюжет в русской литературе XIX века / Г. М. Ибатуллина, Г. В. Мишина, Э. А. Радь, Ю. А. Старицына // Современные исследования социальных проблем. — 2020. — № 4. — С. 91–115.
4. Козубовская Г. П. Костюмная парадигма в романе И. А. Гончарова «Обыкновенная история» / Г. П. Козубовская, О. В. Калинина // The Scientific Heritage. — 2019. — № 38–2(38). — С. 29–33.
5. Краснощекова Е. А. И. А. Гончаров: Мир творчества / Е. А. Краснощекова. — СПб.: Пушкинский фонд, 2012. — 528 с.
6. Молнар Ангелика. Поэзия прозы в творчестве Гончарова / Ангелика Молнар. — Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2012. — с. 54.
7. Недзвецкий В. А. Романы И. А. Гончарова / В. А. Недзвецкий // Гончаров И. А.: Материалы юбилейной гончаровской конференции 1987 года. — Ульяновск: Симбирская книга, 1992. — С. 3–37.
8. Отрадин М. В. Проза И. А. Гончарова в литературном контексте / Отрадин М. В. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 1994. — 168 с.
9. Пинженина Е. И. Концепт «счастье» в понимании героев романа И. А. Гончарова «Обломов» / Е. И. Пинженина // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. — 2009. — № 2. — С. 21–27.
10. Фаустов А. А. Роман И. А. Гончарова «Обломов»: художественная структура и концепции человека: автореферат дис. ... канд. филол. наук / А. А. Фаустов. — Тарту: Тартуский государственный университет, 1990. — 19 с.
11. Фрейденберг О. М. Поэтика сюжета и жанра. / О. М. Фрейденберг. — М.: Лабиринт, 1997. — 244 с.
12. Шепель С. Г. Гончаров и Пушкин: к проблеме литературной
13. преемственности: автореферат дис ... канд. филол. наук / С. Г. Шепель. — М.: Московский государственный педагогический университет, 1995. — 74 с.
14. Энгельгардт Б. М. Путешествие вокруг света И. Обломова.
15. Главы из неизданной монографии Б. М. Энгельгардта / Б. М. Энгельгардт. — Санкт-Петербург: Литературное наследство. — 2000. — С. 15–73.

Voronezh State University

Merzlikina N. S., postgraduate student of Department of history and typology of Russian and foreign literature, Faculty of Philology

ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В. К. КЮХЕЛЬБЕКЕРА И А. Ф. ОДОЕВСКОГО В «МНЕМОЗИНЕ»

Э. М. Оспанова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: в данной статье анализируются дневниковые записи В. К. Кюхельбекера о В. Ф. Одоевском. Известно, что В. К. Кюхельбекер и В. Ф. Одоевский издавали совместный альманах «Мнемозина», успев выпустить в свет 4 книжки, но издательство данного альманаха прекратилось по ряду причин, среди которых был арест Кюхельбекера после событий 14 декабря на Сенатской площади. Необходимо выявить характер дневниковых записей Кюхельбекера об Одоевском, а также установить тип литературных отношений данных авторов в указанный период времени.

Ключевые слова: Кюхельбекер, Одоевский, роман, письма, ссылка.

Abstract: this article analyzes the diary entries of V. K. Kuchelbeker about V. F. Odoevsky. It is known that V. K. Kuchelbeker and V. F. Odoevsky published a joint almanac "Mnemosyne", having managed to publish 4 books, but the publishing house of this almanac ceased for a number of reasons, among which was the arrest of Kuchelbeker after the events of December 14 on Senate Square. It is necessary to identify the nature of Kuchelbeker's diary entries about Odoevsky, as well as to establish the type of literary relations of these authors in the specified period of time.

Keywords: Kyuchelbeker, Odoevsky, novel, letters, deportation.

В. К. Кюхельбекер и В. Ф. Одоевский известны как издатели альманаха «Мнемозина». Истории их знакомства уделяли внимание многие исследователи. Например, М. А. Турьян так описывает знакомство данных авторов: «Бог весть, кому первому пришла в голову идея союза двадцатилетнего, умудренного опытом Кюхельбекера с этим только вступающим в большой мир юношей, воспаленным к тому же незрелыми и сумбурными философскими идеями. Скорее всего — Грибоедову, под сильным влиянием которого находились в это время оба» [1, 73]. Обращает на себя внимание тот факт, что в декабрьском номере «Вестника Европы» за 1823 год Кюхельбекер с Одоевским анонсируют выход «Мнемозины»: «Сие издание, в роде немецких альманахов, будет иметь главнейшею целию — удовлетворение разнообразным вкусам всех читателей. Посему в состав «Мнемозины» будут входить: повести, анекдоты, характеры, отрывки из комедий и трагедий, стихотворения всех родов и краткие критические замечания» [2, 16].

Следует отметить, что данный альманах получил большое количество негативных отзывов, однако «Мнемозина» за столь хоть и небольшой, но при этом активный период издания смогла приобрести не только противников (в частности в лице Ф. Б. Булгарина, А. Ф. Воейкова и князя П. И. Шаликова), но также и идейных сторонников. Непрерыв-

щающаяся полемика Кюхельбекера и Одоевского с критиками не утихала до самого закрытия «Мнемозины». Поводом для обсуждений послужили как вопросы, касающиеся оформления и внешнего вида альманаха, так и различные комментарии к отдельным произведениям, опубликованным в «Мнемозине» [3, 18].

Всего было издано четыре выпуска «Мнемозины»: три вышли в 1824 г., а последняя часть вышла в свет после некоторой задержки в 1825 г. [4, 483]. Предполагалось, что «Мнемозина» будет продолжать издаваться и в 1825 г. Так, в бумагах Одоевского за 1869 г. находится «План Периодического Издания, под названием Мнемозина, на 1825 год», в котором были изложены цели данного выпуска [5]. Кюхельбекер с Одоевским намеревались в дальнейшем продолжить выпуск «Мнемозины», но эту идею не удалось осуществить по ряду причин, главной из которых был арест Кюхельбекера.

Кюхельбекер продолжал литературные занятия в период ссылки. Он занимался переводческой деятельностью, писал поэмы и лирические стихи, а также различные драматические и эпические произведения. Пребывая в крепости, Кюхельбекер перечитывал журналы за прошлые годы. Лишь по случайно полученным книгам с значительным опозданием удавалось узнать о разного рода новостях: о новых именах в русской литературе, о различных литературных событиях 30–40-х годов, о новых произведениях [6, 98].

Кюхельбекер вел дневник, постоянно записывал туда свои впечатления о прочитанных книгах и журналах. Здесь можно обнаружить большое количество упоминаний об Одоевском. Кюхельбекер, даже находясь в ссылке, продолжал ревностно следить за творчеством князя. Так, в дневниковых записях за январь 1833 г. Кюхельбекер, перечитывая в крепости подшивки журналов «Вестник Европы» за 1822 год, оценивает дарование юного Одоевского и размышляет о судьбе и личности князя: «Конечно, 17-тилетнему Одоевскому они (статьи о немецкой философии) приносят величайшую честь: мало юношей и постарее его, которые бы так писали и так успешно занимались предметами самыми отвлеченными; однако же ученичество все-таки кое-где проглядывает, например в страсти сражаться с ветрянными мельницами, с Баттэ и Эшенбургом, о которых едва ли еще кто помнил в 1822 году. Также молодость видна и в пристрастии к мистическим формам, затмевающим только дело» [7, 85–86]; «В статьях Одоевского я везде узнаю своего любезного сотрудника: как все у него зелено! но из него мог бы выйти человек. Хотелось бы мне знать, что он теперь творит? Неужто женитьба его совсем переродила и он уж совершенно стал похож на тех, над которыми, бывало, так едко и неосторожно смеялся?» [7, 87]; «Много в «Вестнике» на 1823 год статей Одоевского. Не из лучших — «Дни досад». Охота человеку, не знающему людей, писать карикатуры и называть их людьми!» [7, 88]. Примечательно, что хоть Кюхельбекер и относился с уважением к личности и творчеству Одоевского, но при этом критиковал практически все его произведения и статьи. К подобным отзывам можно отнести заметку от 19 октября 1834 г. об «Отрывке из записок Гомозейки»: «В «Библиотеке» прочел ... «Отрывок из записок Гомозейки» Одоевского... Одоевского отрывок — отрывок Одоевского, т.е. сочинение человека, который пишет не свое» [7, 213–214].

Но вместе с тем в своей дневниковой записи от 20 декабря 1834 г. Кюхельбекер впервые положительно отзывается о повести Одоевского: «В «Библиотеке» прочел я три повести; одна из них: «Княжна Мими» — Одоевского, чрезвычайно хороша; это первое сочинение Володи, которым я доволен» [7, 222]. Примечательно, что Кюхельбекер читает данные тексты, будто говорит с сочувствием как старший товарищ начинающему автору: «Мой Володя, наш Володя».

Одоевский держал корректуру мистерии Кюхельбекера «Ижорский», а также принимал непосредственное участие как чиновник МВД в продвижении данной рукописи к печати. 12 мая 1835 г. Кюхельбекер отзывается о данной корректуре, подмечая, что остался ей недоволен: «Большую радость бог послал мне: мой «Ижорский» мне прислан, напечатанный. Жаль только, что в нем ошибок типографских бездна. Худой же корректор Владимир Федорович Одо-

евский. Но все же я и ему благодарен за труд. Считаю не нужным упоминать здесь, к кому по этому случаю я особенно считаю себя обязанным быть признательным: упоминать о нем было бы здесь как то не к стати; только — бог мне свидетель, — что чувствую его благодеяния» [7, 238].

В записи от 9 апреля 1844 г. Кюхельбекер, помимо «Княжны Мими», похвалил также и наиболее важное и значимое произведение Одоевского: «Книга Одоевского «Русские ночи» — одна из умнейших книг на русском языке. Есть и в ней, конечно, то, что я бы назвал Одоевского особенно манерностью, о которой когда-нибудь поговорю подробнее, но все же это одна из умнейших наших книг. Сколько поднимает он вопросов! Конечно, ни один почти не разрешен, но спасибо и за то, что они подняты — и в русской книге! Он вводит нас в преддверье; святыня заперта; таинство закрыто; мы недоумеваем и спрашиваем: сам он был ли в святыне? Разоблачено ли пред ним таинство? Разрешена ли для него загадка? Однако, все ему спасибо: он понял, что есть и загадка, и таинство, и святыня» [7, 97].

Так, в предисловии к «Русским ночам» в серии «Литературные памятники» отмечается: «Убежденный романтик, Одоевский главную роль в преобразении мира отводил идеям и художественным образам, поэтому органичный для мыслителя синтетизм, энциклопедизм особенно ярко выделялся в соединении науки и искусства, ибо во всех своих произведениях и особенно — в «Русских ночах», Одоевский воплощает социальную или философскую мысль в художественных картинах, а поэтические образы его становятся идеологическими символами. Отсюда такой насыщенный интеллектуализм повестей и рассказов писателя, доходящий иногда до «метаязыка», т.е. до описания самого процесса творчества (обе эти черты в перспективе ведут к сложному искусству XX века, например, одновременно и к «Доктору Фаустусу», и к «Роману одного романа» Томаса Манна). С другой стороны, Одоевский тревожно чувствовал трагедию любой крайности, в том числе интеллектуализма и творческой гениальности, лишаящей человека полноты, универсальности» [8, 6].

Данное произведение Кюхельбекер читает в тот период, когда заканчивает свой роман об итальянском художнике «Последний Колонна», посвященный Одоевскому. Однако письма и дневник Кюхельбекера не демонстрируют утверждение, что «Последний Колонна» был написан «с оглядкой» на «Русские ночи» [9, 198].

Кюхельбекер написал свой роман «Последний Колонна» в 1832 году, и лишь в 1937 г. произведение было опубликовано целиком. По словам П. Н. Медведева, «Последний Колонна» выступает центральным прозаическим произведением Кюхельбекера [10, 107]. Так, А. В. Щеглов пишет, что «Последний

Колонна» является лучшим произведением в издании «Литературные памятники» [9, 12].

Вильгельм Карлович в своем письме от 3 мая 1845 г. к В. Ф. Одоевскому (данное письмо так и не дошло до адресата) просил его помочь с переводом в Курган по причине болезни, а также выражал свое восхищение произведением князя: «Из юноши, почти еще мальчика — ты стал чуть ли не лучшим прозаиком нашего отечества. В твоих Русских Ночах мыслей множество, много глубины, много отрадного и великого, много совершенно истинного и нового, и притом резко и красноречиво высказанного, что в глазах моих не безделица (ты помнишь: я всегда дорожил и формою). Словом, ты тут написал книгу, которую мы смело можем противопоставить самым дельным европейским. Тебя, конечно, станут оспаривать; но и самые оспаривания будут доказательством, что создание твое примечательное и важное явление в литературном мире» [11].

Комментируя данное письмо, М. И. Медовой отмечает, что Кюхельбекер усмотрел в «Русских ночах» развитие идей, актуальных в 20-е годы. Кюхельбекер считал Одоевского не только своим коллегой, но и единомышленником, вследствие чего использует в своем письме обращение «ты наш», которое указывает на принадлежность к тайному обществу [12, 172].

Следует вывод, что литературная связь Кюхельбекера и Одоевского не ограничивается только лишь выпуском совместного альманаха «Мнемозина». Дневник Кюхельбекера пестрит упоминаниями об Одоевском, авторы принимали участие в создании и продвижении произведений друг друга: «Последний Колонна» был посвящен Одоевскому, также князь держал корректуру мистерию Кюхельбекера «Ижорский» (хоть К. и был недоволен данной корректурой), также имела место личная просьба Кюхельбекера к Одоевскому.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Оспанова Э. М., аспирант кафедры истории русской литературы

E-mail: evelina20.06@mail.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Турьян М. А. Странная моя судьба: О жизни В. Ф. Одоевского / М. А. Турьян; [Вступ. ст. В. Э. Вацура]. — М.: Книга, 1991. — 398 с.
2. Вестник Европы. Декабрь, 1823. — С. 316.
3. Оспанова Э. Полемика об идейной направленности вокруг альманаха «Мнемозина» / Э. Оспанова // Litera. — 2022. — № 11. — С. 16–25. — Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=39080
4. Федотова С. Б. Мнемозина, собрание сочинений в стихах и прозе / С. Б. Федотова // Пушкин в прижизненной критике, 1820–1827. СПб, 1996. — С. 483–484.
5. План периодического издания под названием «Мнемозина» на 1825 год. — ОР РНБ, ф. 539, оп. 2, № 47.
6. Мордовченко Н. И. Кюхельбекер / Н. И. Мордовченко // История русской литературы: В 10 т. / АН СССР. Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом). — М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1941–1956. Т. VI. Литература 1820–1830-х годов. — 1953. — С. 91–102. (с. 98)
7. Кюхельбекер В. К. Путешествие. Дневник. Статьи / В. К. Кюхельбекер / Изд. подготовили <М. Г. Альтшуллер, > Н. В. Королева, В. Д. Рак. Л.: Наука, 1979. — 787 с. (Литературные памятники).
8. Одоевский В. Ф. Русские ночи / В. Ф. Одоевский; Изд. подгот. Б. Ф. Егоров [и др.]; [Примеч. Е. А. Маймина, М. И. Медовой]. — Л.: Наука, 1975. — 317 с. (Литературные памятники).
9. Щеглов А. В. Роман Кюхельбекера «Последний Колонна» в контексте литературных традиций: дис. ... канд. филол. наук. — Санкт-Петербург, 2011. — 229 с.
10. Медведев П. Н. В. К. Кюхельбекер и его роман / П. Н. Медведев // Кюхельбекер В. К. Последний Колонна. Л., 1937. — С. 98–119.
11. Письмо В. К. Кюхельбекера к князю В. Ф. Одоевскому. ОР РНБ, Ф. 539 (архив Одоевского). Оп. 2. Ед хр. № 1745.
12. Медовой М. И. Пути развития философской прозы В. Ф. Одоевского в середине 1820–1840-х годов. дис. ... канд. филол. наук. Ленинград, 1971. — 257 с.

Lomonosov Moscow State University

Ospanova E. M., Postgraduate Student Chair of History of Russian Literature

E-mail: evelina20.06@mail.ru

ОТМЫВАНИЕ ДОХОДОВ, ЛАСТИК И НАЦЕЛО: РАЗГОВОРНЫЕ ИЛИ НЕЙТРАЛЬНЫЕ?

А. Р. Пестова

Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы описания стилистических свойств лексических единиц в академических толковых словарях, в частности критерии постановки функционально-стилистических помет «разг.» («разговорное») и «прост.» («просторечное»).

Ключевые слова: лексикография, стилистика, лексикографическая стилистика, толковый словарь, стилистические пометы, разговорная речь, просторечие.

Abstract: the article discusses the issues of describing the stylistic characteristics of lexical units in academic explanatory dictionaries, in particular the criteria for placing functional-stylistic labels “colloquial” and “vernacular”.

Keywords: lexicography, stylistics, lexicographic stylistics, explanatory dictionary, stylistic marks, colloquial speech, vernacular.

Стилистическая характеристика лексической единицы является важной частью словарного описания. Перед лексикографами при этом стоит целый ряд проблем: связанных, во-первых, с разработкой системы стилистических помет, которая бы отражала современную картину стилового расслоения лексики, во-вторых, с выбором той или иной пометы при определенном слове или его значении. Необходимость решения этих вопросов для теории и практики лексикографии стала настолько актуальной, что обсуждается создание отдельной области исследований, отвечающей за словарное описание стилистических качеств языковых единиц — лексикографической стилистики (см., например, [1, 89–90]). Предполагается, что одной из ее задач будет разработка реестра помет и критериев их постановки при лексической единице.

С другой стороны, нельзя не признать, что, поскольку сфера стилистики гораздо менее определена, чем, например, сфера грамматики, к стилистической квалификации слова в толковом словаре не могут быть предъявлены столь же жесткие требования, как к характеристикам грамматическим. Так, о сложности и даже принципиальной невозможности строгого определения разговорности пишет лексикограф В. Д. Девкин: «Заведомо ущербна идея уточнить то, что объективно не может иметь точных границ... Чем проще объект, тем точнее критерии... С осложнением природы того, о чем требуется вынести суждение, роль критериев понижается... Понятно, что, когда дело идет о субъективных или даже распространенных “средних”, общепринятых вкусах,

критерии отодвигаются на задний план. Нечто подобное наблюдается в определении разговорности» [2, 110]. Справедливо это и для других стилистических пластов.

В данной работе мы сосредоточимся главным образом на функционально-стилистических пометах *разг.* и *прост.* в академических толковых словарях русского языка начиная с «Толкового словаря русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова (далее — СУш¹). При постановке этих помет лексикографы руководствуются такими критериями, как функциональный (употребление лексической единицы в пределах определенного функционального стиля), нормативный (соответствие нормам литературного языка), словообразовательный (например, универбация и усечение — стандартные разговорные способы

¹ В статье используются следующие сокращения: СУш — Толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова [5]; АС — Активный словарь русского языка под ред. Ю. Д. Апресяна [7]; АТoS — Академический толковый словарь русского языка под ред. Л. П. Крысина [15]; БАС-1 — Словарь современного русского литературного языка [16]; БАС-3 — Большой академический словарь русского языка [12]; БТС — Большой толковый словарь русского языка под ред. С. А. Кузнецова [4]; БСРРЭР — Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи [13]; БУСРЯ — Большой универсальный словарь русского языка под ред. В. В. Морковкина [8]; МАС — Малый академический словарь под ред. А. П. Евгеньевой [3]; ТСРР — Толковый словарь русской разговорной речи под ред. Л. П. Крысина [6]; СШ — Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов под ред. Н. Ю. Шведовой [14].

словообразования), морфологический (наличие экспрессивных морфем, таких как экспрессивные суффиксы существительных

— *ыш* (*малыш, крепыш*), *-ун* (*крикун, говорун, врун*) и мн. др.). Кроме того, составители словарей обращаются к собственной языковой интуиции и к интуиции носителей русского языка. Каждый критерий требует детального обсуждения, и в рамках настоящей статьи мы остановимся на первом — функциональном.

Функциональный критерий, связанный с употреблением слова в пределах определенного функционального стиля, отмечается во вступительных руководствах к толковым словарям («Как пользоваться словарем»). Составители отмечают, что разговорные слова употребляются «в живой, непринужденной, преимущественно устной, речи» [3, 9]. Любопытно, что «Большой толковый словарь русского языка» под ред. С. А. Кузнецова допускает также их использование «в деловой или официальной обстановке» [4, 15]. На такую возможность указывает и СУШ, в котором отмечается, что разговорное слово, «употребленное в книжном языке, придает данному контексту не книжный, разговорный характер» [5, XXVI].

Просторечные слова используются в обиходной, бытовой, эмоционально раскованной повседневной речи. Располагаясь на границе литературного языка (см. [5, XXVI], [3, 9]), они не могут употребляться в деловой или официальной обстановке: «Между прочим помета имеет характер предостережения от употребления слова в книжном языке» [5: XXVI]. Отметим здесь также, что некоторые словари отказались от пометы *прост.* в силу крайней расплывчатости и неоднородности самого понятия «просторечие», заменив ее на другую помету / несколько помет: *сниж.* [6], *разг.-сниж., фам., нар.-разг., сниж., трад.-нар.* [4], *обиходн., прост.* [7], *простонар.* и *прост.* [8]. Не останавливаясь на вопросе об уместности такого отказа, которому посвящено немало лингвистических работ (см., например, [9], [10], [11]), отметим лишь, что, на наш взгляд, такое решение по-прежнему является дискуссионным и требует коллегиального обсуждения лексикографов.

Функциональный критерий постановки помет *разг.* и *прост.* является чрезвычайно размытым. В первых, это касается самих формулировок, приведенных выше — а они являются, по сути, определениями указанных помет в словарях. Во вторых, в некоторых случаях этот критерий вступает в противоречие с результатами обращения исследователя к собственной интуиции и к интуиции носителей языка.

Рассмотрим такие случаи на различных примерах.

Отглагольное существительное *отмывание* (*отмывание денег*), согласно толковым словарям, не является стилистически нейтральным. Глагол *отмы-*

вать, от которого оно образовано, маркируется в них разными пометами: *разг.* [12], *жарг.* [4], [13], *прост.* [14], *сленг., неодобр.* [6]. В соответствии с функциональным критерием слово *отмывание* не может употребляться в официальных деловых текстах. Однако это противоречит данным узуса. Данное существительное встречается:

- в тексте закона: *Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 № 115-ФЗ*;

- в тексте кодекса: статья 15.27 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях — *Неисполнение требований законодательства о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма*;

- на официальном сайте Президента России: *Глава Комитета по финансовому мониторингу Виктор Зубков проинформировал Президента Владимира Путина о принимаемых мерах по предотвращению отмывания доходов, полученных незаконным путем, а также по предотвращению финансирования терроризма.*

Мы провели опрос образованных носителей русского языка: «Отмывание денег. Отмывание — это стилистически нейтральное слово?». В нем приняло участие 122 человека в возрасте от 18 до 54 лет (как лингвистов, так и нелингвистов, интересующихся вопросами русского языка и стилистики в частности). Как мы и предполагали, большинство респондентов (65%) ответило на поставленный вопрос «нет». Те участники опроса, что выбрали вариант ответа «да, стилистически нейтральное», обнаружили знания в юриспруденции, ср. комментарии типа: «Это юридический термин. Поэтому нейтральное».

Добавим здесь, что этот словообразовательный ряд пополняется новыми производными: *отмывочный, антиотмывочный*, — которые также активно используются в официальных текстах. См., например, на официальном сайте Президента России:

В. Путин: Юрий Анатольевич <...> Вы хотели бы начать с той работы, которая касается борьбы с отмыванием денег <...>

Ю. Чиханчин: Если можно, тогда вначале я хотел бы Вам рассказать, как выстраивается антиотмывочная система в новых условиях.

С одной стороны, использование этих слов объяснимо тем, что у них отсутствует однословный нейтральный эквивалент. Так, в названии закона слово *отмывание* стоит в скобках при длинном словосочетании *легализация доходов, полученных преступным путем*. Для нейтральной замены прилагательного *антиотмывочный* потребовалось бы еще больше слов (например, *противодействующий легализации доходов, полученных преступным путем*). Использование столь длинных замен противоречит закону

речевой экономии, именно поэтому говорящие и пишущие выбирают короткое, емкое слово, несмотря на его стилистическую маркированность.

С другой стороны, отсутствие стилистической пометы при подобных словах противоречило бы языковой интуиции: как лексикографов (что подтверждается наличием той или иной стилистической пометы во всех словарях, в которые вошло это слово, см. выше), так и рядовых носителей русского языка (что подтверждается данными нашего опроса).

Пример со словом *отмывание* демонстрирует, насколько ненадежным может быть обращение к функциональному критерию при постановке помет *разг.* и *прост.*

Отдельной проблемой, связанной с использованием рассматриваемого критерия, является стилистическая квалификация слов, которые использу-

ются в качестве номенклатурных названий товаров, в частности на ценниках в магазинах.

Обратимся, например, к синонимам *ластик* и *резинка*. Словари расходятся в их стилистической оценке (см. Табл. 1). Так, слово *ластик* в СУш маркируется пометой *школьн.*, в БАС-1, МАС, БАС-3 и БТС — *разг.*, а в СШ стилистические пометы при этом слове отсутствуют.

Слово *резинка* в исследуемом значении в СУш, МАС и БТС маркируется пометой *разг.*, а составители БАС-1, СШ и БАС-3 считают его стилистически нейтральным.

Кроме того, в двух словарях встречается еще один синоним — *стерка*: в БТС он дается как разговорное слово (таким образом, составители этого словаря считают слова *ластик*, *резинка* и *стерка* одинаковыми в функционально-стилистическом аспекте), а в ТСРР сопровождается пометами *школьн.*, *уходящ.*

Таблица 1.

Стилистические пометы при словах *ластик*, *стерка* и *резинка* в толковых словарях русского языка

	СУш	БАС-1	МАС	СШ	БАС-3	БТС	ТСРР
ластик	школьн.	разг.	разг.	без пометы	разг.	разг.	–
резинка	разг.	без пометы	разг.	без пометы	без пометы	разг.	разг.
стерка	–	–	–	–	–	разг.	школьн., уходящ.

Если же обратиться к функциональному критерию, то распределение окажется следующим. Слова *ластик* и *резинка* (как в словосочетании *стирательная резинка*, так и отдельно) используются на ценниках в качестве номенклатурных названий, а слово *стерка* в этой функции почти не встречается. Получается, согласно этому критерию, стилистически нейтральными являются варианты *ластик* и *резинка*, а стилистически сниженным — *стерка*.

Данные опроса носителей языка, в свою очередь, дают несколько иную картину. Отвечая на вопрос «Какой из этих синонимов является стилистически нейтральным?», 86% респондентов выбрало вариант *ластик*, 12% — *резинка*, 2% — *стерка*.

Эти синонимы иллюстрируют, что в некоторых случаях лексикографам крайне затруднительно учесть все разнородные факторы и принять оптимальное решение о стилистической оценке слова в словаре.

Можно привести также другие примеры, когда лексические единицы, имеющие в словарях стилистические пометы *разг.*, *прост.*, используются в качестве номенклатурных названий. Так, существительное *бабочка* в значении ‘галстук’ в МАС, АТоС и БТС маркируется пометой *разг.*, притом что оно употребляется в качестве официального названия данного вида галстука в магазинах: в литературном языке отсутствует другое, «более нейтральное» наименование. Отметим здесь, что в СШ и БАС-3 стилистические пометы при рассматриваемом значении слова *бабочка* отсутствуют.

Слова *сгущенка* и *тушенка*, которые во всех словарях маркируются пометой *разг.*, в последние годы можно увидеть на ценниках и на консервных банках в качестве официальных названий. Производители используют обиходные названия данных продуктов в качестве официальных, поскольку не имеют права указывать полные — «Молоко цельное сгущенное с сахаром» и «Свинина / говядина тушеная». Это связано со следующими экстралингвистическими обстоятельствами. Согласно стандартам, указанные выше полные названия можно употреблять только в том случае, если продукты соответствуют требованиям ГОСТа. «Сгущенка» в данном случае — это не то же самое, что «молоко цельное сгущенное с сахаром», т.к. она изготавливается по другой технологии, с добавлением крахмала и растительных жиров; «Тушенка» — это не мясные, а мясорастительные консервы, с добавлением соевого белка и воды. Так, эксперты Роскачества пишут: «Что такое “тушенка” и почему тушеную говядину этим обидным словом лучше не называть?»². Лексикографам необходимо решить, можно ли считать подобные маркетинговые тонкости достаточно сильным экстралингвистическим фактором, который может повлиять на переход слов *сгущенка* и *тушенка* из разговорной речи в нейтральный пласт. Здесь необходимо учитывать также довольно сильный словообразовательный фактор:

² Портал Роскачества https://rskrf.ru/ratings/produkty-pitaniya/konservy/tushenaya-govyadina/?sphrase_id=227851, 18.02.2020.

как правило, универбаты имеют сниженную стилистическую окраску.

В некоторых случаях, впрочем, функциональный критерий не вступает в противоречие со словарными пометами. Так, слово *градусник* в словарях [5, 3, 4, 15] сопровождается стилистической пометой *разг.*, и это подтверждается узусом: поиск в интернет-магазинах по запросу «градусник» автоматически переводит на товары с наименованием «термометр».

Наконец, еще один интересный пример, который показывает сложность исследуемой проблемы, — это наречие *нацело*. Согласно всем словарям [5, 16, 3, 14, 12, 4], это слово имеет разговорную окраску. Однако слово *нацело* активно употребляется в современных школьных учебниках и справочниках по математике и информатике, ср., например:

*Натуральное число a делится **нацело** на натуральное число b , если найдется натуральное число c такое, что справедливо равенство $a = b \cdot c$ (А. Мерзляк, М. Якир, В. Полонский. Математика. 6 класс);*

*...операции, вычисляющие результаты деления **нацело** первого аргумента на второй и остаток от деления соответственно (М. Зорин, Е. Зорина. ЕГЭ 2021. Информатика. Сборник заданий).*

Таким образом, разговорная (согласно словарям) лексическая единица используется в научном функциональном стиле. Отметим также, что в нашем опросе больше половины (51%) респондентов ответило, что слово *нацело* не является нейтральным; 36% считает его нейтральным и 13% затруднились дать стилистическую характеристику этому наречию.

Итак, мы рассмотрели функциональный критерий, который составители толковых словарей русского языка предлагают использовать для определения сниженной стилистической окраски слова. Как показывают примеры (*отмывание, ластик/резинка/стерка, нацело* и др.), нередко этот критерий вступает в противоречие с другими критериями (такими, как словообразовательный, а также обращение к интуиции лексикографов и рядовых носителей русского языка). Таким образом, в каждом конкретном случае авторам словарей необходимо анализировать и учитывать весь комплекс факторов и принимать по возможности оптимальное решение, не противоречащее разнородным по своей природе критериям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Емельянова О. Н. Стилистическая составляющая лексикографического описания (на материале толковых словарей современного русского языка) / О. Н. Емельянова // Русский язык сегодня. Вып. 3. Сб. статей / РАН. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова / Отв. ред. Л. П. Крысин. — М., 2004. — С. 84–90.
2. Девкин В. Д. Немецкая лексикография / В. Д. Девкин. — М.: Высшая школа, 2005. — 670 с.
3. Словарь русского языка: В 4-х т. / Под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд. — М., 1981–1984.
4. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С. А. Кузнецова. — СПб., 1998. — 1536 с.
5. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М., 1935–1940.
6. Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 1–4 / Отв. ред. Л. П. Крысин. — М., 2014, 2017, 2020, 2021.
7. Активный словарь русского языка. Т. 1: А–Б; Т. 2: В–Г; Т. 3: Д–З / Отв. ред. академик Ю. Д. Апресян. — М., 2014, 2018.
8. Большой универсальный словарь русского языка / Под ред. В. В. Морковкина. — М., 2016. — 1451 с.
9. Сорокин Ю. С. О нормативно-стилистическом словаре современного русского языка / Ю. С. Сорокин // Вопросы языкознания. — 1967. — № 5. — С. 22–32.
10. Резниченко И. Л. Стилистический узус русского языка советской эпохи и его отражение в лексикографии: дис. ... канд. филол. наук / Резниченко И. Л. — М., 1984. — 272 с.
11. Складаревская Г. Н. О соотношении лексикографических понятий «разговорное» и «просторечное»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Складаревская Г. Н. — Л., 1973. — 19 с.
12. Большой академический словарь русского языка. Т. 1–... — М.; СПб., 2004 –...
13. Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи / В. В. Химик. — СПб., 2004. — 768 с.
14. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М., 2007. — 1175 с.
15. Академический толковый словарь русского языка. Т. 1: А — Вилять; Т. 2: Вина — Гяур / Отв. ред. Л. П. Крысин. — М., 2016.
16. Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. Т. 1–17. — М.-Л., 1948–1965.

Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН
Пестова А. Р., кандидат филологических наук, научный сотрудник Отдела современного русского языка
E-mail: pestova2012@gmail.com

Institute of the Russian Academy of Sciences
Pestova A. R., Candidate of Philology, researcher at the V. V. Vinogradov
E-mail: pestova2012@gmail.com

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОППОЗИЦИИ «СВОЙ — ЧУЖОЙ» (НА МАТЕРИАЛАХ ЛИПЕЦКОГО ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЖУРНАЛА «ПЕТРОВСКИЙ МОСТ»)

Е. А. Попова, Ю. А. Рамазанова

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

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: данная статья посвящена изучению медиатекстов липецких публицистов, раскрывающих проблемы современности, в том числе тему военно-политических конфликтов. Акцент в исследовании делается на важности оппозиции «свой — чужой», выступающей как средство репрезентации семантической категории чуждости, при описании того или иного явления действительности. Данная оппозиция рассмотрена в статье как форма, имеющая различное содержание, воплощенное с помощью тропов, стилистических фигур и других языковых средств.

Ключевые слова: публицистика, медиатекст, «свой — чужой», оппозиция, конфликт, метафора, эпитет, парцелляция.

Abstract: this article is devoted to the study of media texts of Lipetsk publicists, revealing the modern problems, including the topic of military-political conflicts. The emphasis in the study is on the importance of the opposition “own – alien”, acting as a means of representing the semantic category of alienation, when describing a particular phenomenon of reality. This opposition is considered in the article as a form that has a different content, embodied with the help of tropes, stylistic figures and other linguistic means.

Keywords: journalism, media text, “own”, “alien”, opposition, conflict, metaphor, epithet, parcelling.

Публицистика как особый вид литературы на протяжении столетий сохраняет свои основные черты. Однако время вносит серьезные коррективы в характер функционирования публицистических произведений и в их язык. Как отмечает Г. Я. Солганик, «нестабильность сегодняшней социальной ситуации оказывает немаловажное влияние на публицистику, на ее речевой облик, стилевые устремления, язык, который, как известно, создается по мерке человека и откликается на потребности общества, словесно выражая новые идеи, мысли, знания, а значит, используя специальную лексику, отражает религиозно-мифологическую, философскую, научную, художественную и публицистическую картины мира» [1, 14].

В современную эпоху «информационных войн» и непрекращающихся конфликтов различного характера и различной интенсивности роль СМИ как никогда велика. Концептуальное пространство медиатекстов, связанное с ценностными представлениями о действительности, разнообразно.

Ключевыми в этом пространстве можно считать представления, связанные с оппозицией «свой — чужой». В лингвистике она интерпретируется как семантическая или когнитивная категория. В частности, Р. Н. Порядина определяет когнитивную сущность данной категории через ее связь «с доминантой

оппозиционирования “себя” и “другого”, с градацией пространства между “собой” и “другим” по степени проявления признака “свой / чужой”, комплексом характеристик, отношений и преобразований внутри этого пространства» [2, 44]. Истоки такой интерпретации отношений «свое — чужое» восходят к работам А. Б. Пеньковского. Именно он впервые выдвинул и обосновал теорию о существовании семантической категории чуждости, основанной на данной оппозиции и сопряженной с категорией отрицательной и положительной оценки [3]. Пеньковским была описана также важная черта данной категории — существование определенных различий в языковой экспликации «своего» и «чужого». «Свой мир» всегда наделяется уникальными и индивидуальными характеристиками, при его описании превалирует конкретика. «Чужой мир» представлен в языке более «плоско», он не структурирован и не наделен специфическими характеристиками [4, 9].

В данной статье при анализе вербализаторов категории чуждости акцент в первую очередь делается на выявлении спектра тем и фрагментов дискурсивной картины мира, которые могут быть описаны при помощи данной оппозиции.

Так, оппозиция «свой — чужой» является лейтмотивом в статье Анатолия Березнева «Порох держать сухим!». В заглавии, представляющем собой фразеологизм с измененным порядком слов, который упо-

требуется в значении «быть всегда готовым к защите, обороне» [5, 305], обозначена основная идея материала: Россия противопоставлена враждебно настроенным Евросоюзу и США, а значит, никогда не должна терять бдительности. Следовательно, фразеологизмы, в семантике которых имеется противопоставление «своего» и «чужого», могут быть одним из средств выражения семантической категории чуждости.

В центре внимания автора статьи — события на Украине 2014 г. Эта тема реализуется уже в первом предложении: «...как могли украинцы, внесшие огромный вклад в разгром гитлеровцев, допустить к власти фашистов?» [6, 170]. Читатель не знает ответа на этот вопрос, более того, по замыслу автора статьи, и не должен знать, так как данный вопрос является риторическим. Авторская стратегия в отношении адресата заключается в том, чтобы заинтересовать его в поднятой проблеме, приобщить к размышлениям на заданную тему. Уже следующее предложение трансформирует обозначенные риторические вопросы в компонент риторической фигуры «вопросно-ответная форма», поскольку в нем звучит четкий ответ: автор статьи называет вполне конкретное число необандеровцев и «умеренных» националистов, пришедших к власти в Киеве, соотносит события Великой Отечественной войны, в том числе антисоветские действия Гитлера, с беспределом, который украинская верхушка творит в стране в XXI в. Журналист задает вопрос, на который потом сам отвечает: «...почему **братский русский народ** стал <...> для многих обольщенных послушными СМИ украинцев **врагом**?» [6, 170]. Здесь оппозиция «свой — чужой» представлена такой стилистической фигурой, как антитеза.

Основа публицистического произведения — факт. Многие из них столь многозначительны, что напоминают верхушку айсберга. К их числу относится в анализируемой статье, в частности, тот, который свидетельствует о полной поддержке всех действий Украины Соединенными Штатами Америки. За фразой о том, что «в Киеве и других центрах страны находятся сотни американских “советников”» [6, 170], угадывается сложный комплекс политических и экономических отношений. В расстановке сил, описанной в статье, США представлены в определенно негативном ключе. Образ «чужого» здесь создается с помощью лексем, наделенных, бесспорно, отрицательной коннотацией: *завоеватели, противники, политики заокеанской сверхдержавы*. И даже выражения, обладающие изначально положительной оценочностью («самая демократичная», «самая гуманная», «добрососедская помощь»), взяты в кавычки, что в данном контексте выступает как знак несогласия с его семантическим наполнением, знак «чужого» слова. Сущность отношений между Россией и Америкой составляет попеременная смена фаз вражды

и сотрудничества с разной степенью интенсивности. Сегоднешние политические конфликты делают оппозицию «свой — чужой» еще более многозначной и еще более привязанной к определенному хронологу: «свой» здесь и сегодня может оказаться «чужим» завтра и не только в другом месте, но и здесь.

Современные публицисты в стремлении привлечь внимание читателей к той или иной рассматриваемой проблеме и наглядно изложить свою концепцию активно применяют различные средства художественной выразительности, а чаще всего метафору. Она не только используется в художественной литературе для создания образов персонажей и описаний пейзажа, но и выступает в публицистике как средство эмоционально-эстетического воздействия на читателей, служит способом их убеждения в авторской точке зрения. Такая метафора представляет собой употребление слов, переосмысленных на базе образно-ассоциативного подобия, которое возникает в результате субъективного восприятия, впечатления, ощущения.

Метафорическое видение оппозиции «свой — чужой» представлено, в частности, в статье Анатолия Березнева «Великая Отечественная: история и истерия». Обращаясь к толкованию значения лексемы *истерия*, мы понимаем, что автор использует ее в переносном значении («перен. неодобр. Лихорадочный всплеск какой-н. предосудительной деятельности (обычно в масштабах государства» [7, 286]), сравнивая ситуацию, описываемую в дальнейшем повествовании, с психическим недугом. Как отмечает А. П. Чудинов, метафора, используемая в заглавии текста, находится в условиях максимального «текстового напряжения», в сильной позиции текста, то есть такая метафора привлекает максимальное внимание читателей [8, 132]. Кроме того, уже в самом названии, прибегая к приему метаграммы, публицист создает некое противопоставление участников «*непрекращающейся информационной, идеологической войны*» [9, 164], на котором будет построено все повествование. В роли «своих» здесь выступают «*уважаемые писатели*», «*российские исследователи*», «*объективные историки*», которые, изучая тему войны и транслируя полученные выводы широкому кругу читателей, опираются на достоверные факты, свидетельствующие о том, что «*именно СССР преградил путь агрессору, похоронил планы закабаления фашистской Германией всего мира*» [9, 170]. Для тех же, кто относится к противоположному лагерю «чужих», автор находит немало больше определений: «*доморощенные писаки*», «*борзописцы*», «*новоявленные исследователи*», «*безответственные политики*», «*несведущие, нечистоплотные, безграмотные люди*», «*горе-исследователи*», «*писаки от истории*», «*псевдоисторики*», «*фальсификаторы*». Противопоставление «своих» «чужим» усиливается эпитетом «*ангажированные*» (*историки*), имеющим в современном

публицистическом дискурсе отчетливо выраженную негативную оценочность. См. толкование значения этого слова: «**Ангажированный**. Публ. Прич. к ангажировать. <...> **Ангажировать**. Публ. Склонить / склонять к услугам, необъективному отражению действительности, предоставляя какие-л. выгоды, преимущества и т.п.» [10, 20–21]. Именно «ангажированные историки, по мнению автора, «навязывают мировому общественному мнению исправленную и как будто единственно верную точку зрения, в соответствии с которой именно союзники разгромили врага и на суше, и на море» [9, 164].

Конфликт между названными сторонами определяется как противостояние России и всего мира. А приведенные в пример слова и выражения могут быть названы контекстуальными антонимами — противоречия между обозначенными группами людей практически непреодолимы, ибо каждая сторона глубоко уверена в своей правоте. Одни («свои») более грамотны, объективны, гуманны, правдивы. Другие («чужие») — непрофессиональны, агрессивны, лживы, враждебно настроены по отношению к своим оппонентам. В статье наблюдается положительное оценивание «своей» и отрицательное «чужой» системы ценностей, убеждение в правильности «своих» взглядов и ошибочности «других». Здесь эмоциональный, психологический посыл оппозиции «свой — чужой» настолько силен, что заставляет читателя задуматься о своей безопасности и, несмотря на внутренние конфликты, сплотиться перед лицом «чужих».

Идея исторической несправедливости, звучащая в анализируемом материале, находит оригинальное воплощение в языковой форме. В конце статьи автор использует прием парцелляции, разбивая финальное предложение на несколько интонационно-смысловых единиц: «*Выиграть войну в такой ситуации было нереально. Просто невозможно. А мы смогли. Выиграли. И по праву стали победителями*» [9, 173]. Такое намеренное деление фразы на несколько пунктуационно самостоятельных частей позволяет выделить в сообщении дополнительные смысловые центры и привлечь к ним внимание читателя. За счет этого приема автору удается поставить своеобразную точку в споре «своих» и «чужих» на тему Второй мировой войны и ее результатов. Таким образом, вывод здесь становится вполне очевидным.

Многоаспектно воплощение оппозиции «свой — чужой» в аналитических статьях журнала «Петровский мост», посвященных глобальным конфликтным ситуациям, в частности таким, как недавний миграционный кризис в Европе. Одна из статей журнала, написанная Юрием Баклановым, носит название «Похищение Европы». Оно, с точки зрения лингвистики, может трактоваться двояко: во-первых, как троп, а именно аллюзия, во-вторых, как прецедентный феномен. С одной стороны, это отсылка к труду немецкого историка и философа Освальда Шпенглера

«Закат Европы», в котором мыслитель сделал вывод о том, что восьмая, по его градации, так называемая фаустовская, культура является закатом западной цивилизации [11].

О возникновении соответствующей аналогии автор статьи скажет и в конце своего повествования: «*Когда я писал эти заметки, в Москве проходила выставка произведений Валентина Серова. Посмотреть ее прилетели любители прекрасного даже с Дальнего Востока... Но одну из самых известных работ выдающегося русского художника — “Похищение Европы”, они так и не увидели. А я подумал: может, похищение Европы уже началось?*» [12, 178].

Ответа на этот вопрос в статье мы так и не найдем. Да это, по-видимому, и не является самоцелью автора. Он, скорее всего, просто делится своими размышлениями на заданную тему, ссылается при этом на мнение зарубежных экспертов, как бы не желая вставать на ту или иную сторону, говорит смело, открыто и даже местами в явно ироничной форме: «*Меркель сломала хребет единой Европе*»; «*многообещающую фразу она повторяла, как мантру*»; «*невольный эксперимент в социальной инженерии Европы*»; «*мигранты не просто стучатся в дверь, они срывают ее с петель*»; «*великое переселение народов*»; «*миграционный кризис <...> уже окрестили “южным потоком” по аналогии с несостоявшимся газпромовским проектом*»; «*“эсэмэски” с приглашением приезжать в Германию*»; «*открыли шлюз для мощного “южного потока”*». Как было точно отмечено К. М. Шилихиной, «в политическом дискурсе <...> ирония становится не только способом обозначения “своих” и “чужих”, но и способом демонстрации превосходства говорящего над объектом иронии» [13, 39].

Да здесь по сути и нет «своих». Ни одна из позиций не приемлема для автора. Стремясь подчеркнуть глубину и размах конфликта, журналист использует отлагольное существительное «похищение» как гиперболу, поскольку в действительности никто никого не похищал, напротив, мигранты сами вторглись на чужую территорию. Негатива в связи с этой ситуацией добавляют и такие глаголы, как «*захватывают*», «*насаждают*», «*срывают*», «*угрожают*».

Слово «кризис» становится на протяжении всего текста статьи ключевым; стремясь точно охарактеризовать ситуацию, журналист употребляет выражение «полный крах». Автор статьи трактует происходящее как «*неизбежную гибель Старого Света в его нынешнем виде*» [12, 178].

Опираясь на все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что в связи с активизацией в мире разнонаправленных процессов объединения и разъединения лингвокультурная категория «свой — чужой» приобретает особую актуальность. Журнал «Петровский мост», оперативно откликающийся на самые острые проблемы современности, воплощает данную оппозицию на разных языковых уровнях. Наполнение

оппозиции представлено широким спектром понятий из сферы политики, истории, культуры, философии, которые со временем претерпевают трансформацию. Публикации журнала демонстрируют отточенное мастерство журналистов, создающих с помощью тропов (метафора, эпитет, ирония, аллюзия), стилистических фигур (риторический вопрос, парцелляция, антитеза), фразеологизмов образы, во многом формирующие взгляды читателей и определяющие их понимание оппозиции «свой — чужой».

ЛИТЕРАТУРА

1. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира / Г. Я. Солганик // Публицистика и информация в современном обществе. — М.: Академический проект, 2000. — С. 14–24.
2. Порядина Р. Н. «Лики» чужого в народной культуре / Р. Н. Порядина // Вестник Томского государственного университета. — 2007. — № 295. — С. 44–50.
3. Пеньковский А. Б. О семантической категории «чуждости» в русском языке / А. Б. Пеньковский // Проблемы структурной лингвистики 1985–1987. — М.: Наука, 1989. — С. 54–84.
4. Пеньковский А. Б. Очерки по русской семантике / А. Б. Пеньковский. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 464 с.

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

*Попова Е. А., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и литературы,
E-mail: rusyaz_lipetsk@mail.ru*

Рамазанова Ю. А., аспирант кафедры русского языка и литературы,

E-mail: yuliya.ramazanova.lip@mail.ru

5. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. Т. 3. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. — 752 с.

6. Березнев А. Порох держать сухим! / А. Березнев // Петровский мост. — 2014. — № 4. — С. 170–173.

7. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. — М.: Рус. яз., 1998. — 848 с.

8. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография / А. П. Чудинов. — Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2005. — 257 с.

9. Березнев А. Великая Отечественная: история и истерия / А. Березнев // Петровский мост. — 2010. — № 2. — С. 163–173.

10. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / Под ред. Г. Н. Скляревской. — М.: Астрель: АСТ, 2001. — 944 с.

11. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. В 2 томах / О. Шпенглер. — Минск: Харвест; М.: АСТ, 2000. — 1376 с.

12. Бакланов Ю. Похищение Европы / Ю. Бакланов // Петровский мост. — 2016. — № 2. — С. 166–178.

13. Шилихина К. М. Дискурсивная практика иронии: когнитивный, семантический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... докт. филол. наук / К. М. Шилихина. — Воронеж, 2014. — 50 с.

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

*Popova E. A., Doctor of Philology, Professor, the Head of the Russian Language and Literature Department,
E-mail: rusyaz_lipetsk@mail.ru*

Ramazanova Yu. A., post-graduate student of the Russian Language and Literature Department

E-mail: yuliya.ramazanova.lip@mail.ru

ПРОСТЫЕ СРАВНЕНИЯ В ЯЗЫКЕ БАСЕН И. А. КРЫЛОВА: СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ

Е. А. Правда

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: статья посвящена вопросу об использовании И. А. Крыловым в текстах его басен средств языковой выразительности, прежде всего приема сравнения. Простые сравнения, выявленные в текстах басен И. А. Крылова, анализируются с точки зрения способов их лексико-грамматического выражения. Отмечаются структурные и смысловые особенности сравнительных конструкций разных видов. Особое внимание уделяется использованию в баснях развернутых сравнений присоединительного типа.

Ключевые слова: И. А. Крылов, басня, средства языковой выразительности, сравнение, сравнительная конструкция, способ языкового выражения, простое сравнение, сравнение присоединительного типа.

Abstract: the article is devoted to the issue of using I. A. Krylov in the texts of his fables means of linguistic expressiveness, primarily the method of comparison. Simple comparisons revealed in the texts of I. A. Krylov, are analyzed from the point of view of the ways of their lexical and grammatical expression. Structural and semantic features of comparative constructions of different types are noted. Particular attention is paid to the use of extended comparisons of the connecting type in fables.

Keywords: I. A. Krylov, fable, means of linguistic expressiveness, comparison, comparative construction, way of lexical and grammatical expression, simple comparison, extended comparison of the connecting type.

Исследователи творчества И. А. Крылова-баснописца рассматривают, прежде всего, его вклад в становление норм национального русского литературного языка. Характеризуя язык и стиль басен Крылова, отмечают их подлинную народность, которая проявляется в слиянии литературного языка с живой народной речью, использовании разговорных и фольклорных выражений, поговорок, пословиц и др.; анализируют фрагменты басен Крылова, ставшие крылатыми выражениями (см., например: [1, 21; 4, 238–246; 7, 44; 9, 486–490; 10, 173–177; 13, 172–179; 15, 135–142 и др.]). «Указание на демократизм языка Крылова, тесную связь его с разговорной речью, просторечием – всё это давно стало общим местом в литературе о великом баснописце», – писал В. Д. Левин еще в 1964 г. При этом исследователь приводил множество высказываний современников И. А. Крылова, которые подчеркивали, что поэт отнюдь не испытывал пристрастия к «низкому слогу» и вульгарной речи и строго отбирал стилистически сниженные элементы [16, 374–375].

В работах исследователей можно найти указания и на другие черты творческой манеры И. А. Крылова-баснописца. Обращается внимание на мастерство поэта в комбинировании разностилевых средств языка, в употреблении их в зависимости от содержания и замысла той или иной басни (см., например: [5, 143–144]),

на эмоциональность и экспрессивность языка басен Крылова [15, 135], на использование Крыловым приема звукописи [19, 190], на легкость и изящество его стихотворной речи [11, 208], на «максимальное приближение басенного стиля Крылова к ироническому строю народных пословиц и поговорок» [21] и др.

Представляется, что определенный вклад в создание выразительности языка басен И. А. Крылова вносит использование поэтом различных художественных средств. Прежде всего, для басен характерно применение приема олицетворения: в баснях Крылова говорят и действуют не только люди (*Демьян, Тришка, повар, крестьянин, работник, пустынный, разбойник, охотник, мельник* и др.), но и дикие звери (*лисица, волк, медведь, лев, барс* и др.), и домашние животные (*осел, лошадь, собака, петух, вол, ягненок* и др.), и птицы (*журавль, ворона, чиж, голубь, соловей, синица* и др.), и земноводные (*змея, лягушка*), и грызуны (*мышь, крыса*), и беспозвоночные (*стрекоза, муравей, пчела, комар, червяк, мотылек, паук* и др.), и обитатели водоемов (*щука, рыбы, рак*). В баснях Крылова «оживают» растения и их части (*дерево, цветы, хмель, листья, корни* и др.), и различные природные объекты и явления (*река, ручей, пруд, камень, гора, туча*), и артефакты – созданные людьми предметы (*гребень, булат, бумажный змей, пушки, паруса* и др.). Особенностью жанра басни является и прием аллегории (иносказания), который наблюдается в баснях без эксплицированной «морали».

И. А. Крылов создавал и другие стилистические эффекты. Так, например, в басне «Парнас» можно обнаружить оригинальные эпитеты (*красно-хитро-сплетённо слово, разно-красиво пенье*), и употребленную к месту метафору (*голова пуста*).

В академической науке специальных исследований темы использования Крыловым средств языковой выразительности нам пока найти не удалось. У некоторых авторов есть лишь отдельные замечания по этому поводу. Так, А. И. Горшков, анализируя прозу Крылова, констатирует, что «остроумное построение текста часто достигается путем неожиданных сравнений, которые особенно наглядно показывают, что Крылов ищет выразительности не столько в отдельных экспрессивно окрашенных единицах, сколько в приемах организации текста» [6, 227]. Г. И. Шкляревский, рассматривая басни И. А. Крылова, отмечает использованием им «определений – приложений фольклорно-разговорного характера» [23, 67]. Что касается сферы «школьной» и «студенческой» лингвистики в Интернете, то здесь можно обнаружить целый ряд публикаций по материалам изучения средств выразительности в баснях Крылова.

Все указанные обстоятельства, как представляется, свидетельствуют об актуальности исследования темы использования И. А. Крыловым в его баснях различных средств художественной выразительности.

Рассмотрим встречающиеся в текстах басен сравнения. Под *сравнением* мы понимаем фигуру речи, с помощью которой «изображаемое явление уподобляется другому по какому-либо общему для них признаку с целью выявить в объекте сравнения новые, важные свойства» [Литературный энциклопедический словарь]. Для номинации элементов структуры сравнения используем термины: *предмет сравнения* (то, что сравнивается), *коррелят сравнения* (то, с чем сравнивается предмет), *основание сравнения* (общий признак) и *маркер* (показатель) *сравнения*.

Из текстов 118 басен И. А. Крылова [14] методом сплошной выборки нам удалось выявить 139 примеров сравнений. Как видим, в каждой басне Крылова употреблено в среднем как минимум одно сравнение, что говорит о достаточно частом обращении автора к данному приему. Полученный корпус примеров содержит в себе как простые сравнения, так и «компаративные комплексы» (термин Н. А. Илюхиной).

Под простыми сравнениями понимаются сравнения, содержащие в себе не более одного предмета сравнения, одного коррелята и одного основания сравнения. Рассмотрим языковые средства выражения таких сравнений в баснях И. А. Крылова.

Как показывает анализ собранного материала, у Крылова простые сравнения чаще всего выражаются с помощью **союзных сравнительных конструкций** (всего их встретилось 57). Преобладают построения с союзом **как**, включающие как сравнительные обороты, так и сравнительные придаточ-

ные предложения. Например: *А кисти сочные, как яхонты, горят...* (Лисица и виноград).

В сравнительных конструкциях Крылова встречается и союз **как будто (бы)**. В одних случаях он дублирует союз **как**: *Увидел старую свою знакомку, Жужу, кудрявую болонку <...> К ней ласться, как будто бы к родне, Он, с умиленья, чуть не плачет...* (Две собаки) – Ср.: *К ней ласться, как к родне; А дружбы между псов, **как будто** меж людей, Почти совсем не видно (Собачья дружба) – Ср.: *А дружбы между псов, как меж людей, Почти совсем не видно. Возможно, в этих случаях добавление избыточных компонентов **будто** и **бы** обусловлено структурой стихотворной строки, необходимостью соблюдения стихотворного размера.

В других случаях союз **как будто (бы)**, присоединяющий полное придаточное предложение, подчеркивает ирреальный – предположительный или условный – смысл сравнения (см. работу: [18, 255]): *Но что ж? Лишь вон из жила (Как будто бы над ним Фортуна подшутила), По озерку Гуляют утки целым стадом (Охотник); Вот развозился мой Голик: По платью барскому без устали колотит, И на кафтанах он как будто рожь молотит (Голик).*

Союзом **как будто (бы)** в баснях Крылова могут присоединяться сравнительные придаточные предложения с «определятельно-качественным» значением [18, 211], которые соотносятся с местоименными словами **как, так, такой** и подобными в главной части предложения. Например: *Иной при месте так вздыхает, Как будто рубль последний доживает...* (Лисица и Сурок); *...И новый хор певцов такую дичь занёс, Как будто тронулся обоз, В котором тысяча немазанных колёс (Парнас); Что за уха! Да как жирна: Как будто янтарею подёрнулась она (Демьянова уха).* Значение качества, степени и меры признака может выражаться и в сравнительных конструкциях с союзным словом **какой**, соотносящимся с местоименным словом **такой** в главной части сложного предложения [18, 248]. Подобный пример встретился и среди сравнений в баснях И. А. Крылова: *...Чтоб похлепать ухи такой богатой, Какой-де откупщик и самой тароватый Не давивал секретарям (Синица).*

Кроме указанных выше, в нашем материале встретились два примера сравнительных конструкций с союзом **что**, придающим высказыванию народно-поэтическую окраску [3, 1483–1484]: *Да вы уж родом так: собою невелички, А песни, что твой соловей! (Кукушка и Петух)*

Вторым по частотности средством выражения сравнений в баснях И. А. Крылова являются **бессоюзные конструкции с формами сравнительной степени** имен прилагательных или наречий (всего 39 контекстов). Например: *Да и примечено стократ, Что кто за ремесло чужое братья любит, Тот за всегда других упрямей и вздорней...* (Щука и кот).

В большинстве случаев такие конструкции включают в свой состав форму родительного падежа имени, называющего коррелят (второй компонент) сравнения. Например: *Услужливый дурак опаснее врага (Пустынник и медведь)*. В двух случаях коррелят сравнения выражается в придаточном предложении с союзом **чем**. Например, в басне «Пустынник и Медведь»: *...То и Пустынник наш скорее, Чем Мишенька, устал И отставать от друга стал*.

Сравнительные конструкции с формами сравнительной степени часто оказываются неполными: в них, как правило, отсутствует указание на коррелят сравнения. В подобных примерах опущенный компонент сравнения обычно может быть восстановлен из контекста. Например: *Но лучше б нам сперва всем вместе перечесть Свои грехи: на ком их **боле** есть, – Того бы в жертву и принести... (Мор зверей)* – т.е. больше, чем у других.

Встретился один пример сравнения с выражением **не хуже**, которое имеет значение «в равной мере» и индизонательно передает утверждение о сходстве: *Постойте же, друзья, Сюю **не хуже** я И соловьиным ладом (Скворец)* – Ср.: *Я сюю, как поет соловей.

В баснях И. А. Крылова небольшим количеством (в нашем материале их всего 9) представлены и такие бессоюзные сравнительные конструкции, в которых коррелят выражается **формой творительного падежа имени**. Например, в басне «Скворец» главным образом с помощью сравнений данного типа комментируется пение главного героя: *Какой-то смолоду Скворец Так петь **щеглёнком** научился, Как будто бы щеглёнком сам родился. <...> То он пищал, то он хрипел, То верещал **козлёнком**, То не путем Мяукал он **котёнком**... <...> Пои лучше хорошо **щеглёнком**, Чем дурно соловьем*.

Используется в баснях И. А. Крылова и **лексический способ выражения сравнений** – с помощью слов с корнями *-схож-*, *-похож-*, *-равн-*, *-род-* (10 конструкций). Например: *Из поварёнок, за грехи, В деревню он был сослан в пастухи: Так кухня у него немножко **схожа** с нашей (Пастух); В **сравнении** с твоим, как жребий мой приятен! (Пруд и река); На деле же почти такие люди все – **Сродни** моей Лисе (Добрая Лисица)*.

Для выражения сравнений И. А. Крылов употребляет и **предложно-падежные сочетания** со значением сходства, подобия (7 конструкций). Например: *Бесспорно, огурец и с **дом** величиной Диковинка, коль это справедливо (Лжец)*.

Особое место среди сравнений И. А. Крылова занимают **сравнения присоединительного типа** (21 пример) – сравнительные конструкции, вторая часть которых представляет собой самостоятельное предложение, начинающееся чаще всего словом **так** или некоторыми другими словами (ср. [Словарь литературоведческих терминов 2005]). В присоединительных сравнениях могут уподобляться друг другу целые картины или сюжеты; поэтому, как отмечают иссле-

дователи, для присоединительных сравнительных конструкций характерна многословность [8, 225], они содержат развернутое сравнение [20, 327].

Как известно, басня обычно делится на две части: «повествование (притчу)» и «мораль» [Богданов 2014]. Такую структуру имеют и многие басни И. А. Крылова. При этом, если «мораль» выступает в качестве присоединяемой части, то вся басня оказывается одновременно и присоединительным сравнением: в этом случае «повествование» басни – история с животными, растениями или предметами – выступает в качестве коррелята сравнения, который иллюстрирует, раскрывает и поясняет заключенный в «морали» предмет сравнения, всегда относящийся к людям. На это указывает в некоторых своих баснях сам автор: *Не дай бог никого **сравнением** мне обидеть! Но как же критика Хавроньей не назвать, Который, что ни станет разбирать, Имеет дар одно худое видеть? (Свинья)*.

Как правило, в «морали» басен-сравнений Крылова присутствуют: слово **так** и разные формы слов **такой**, **этак**. Подобное можно наблюдать в баснях: «Ворона и Курица», «Мартышка и очки», «Мор зверей», «Собачья дружба», «Петух и Жемчужное зерно», «Обоз», «Пруд и Река», «Тришкин кафтан», «Демьянова уха», «Камень и Червяк», «Лев и Лисица», «Хмель», «Лягушка и Юпитер», «Гребень», «Муравей», «Свинья под дубом», «Лисица и Осел», «Голик», «Волк и Мышонок», «Бритвы», «Зеркало и Обезьяна». Например: *<...> **Так** часто человек в расчетах слеп и глуп (Ворона и Курица); **Таких** примеров много в мире: Не любит узнавать никто себя в сатире (Зеркало и Обезьяна); Избави, бог, и нас от **этак**их судей (Осел и Соловей)*.

Слово **так** и его аналоги в присоединяемой части басни-сравнения могут сопровождаться у Крылова частицами **точно** или **же**. Например: *Хмель выбежал на огороде И вокруг сухой тычинки виться стал <...> **Такие ж** у льстеца поступки и дела... (Хмель); Однако ж мальчик мой, от злости и досады, Закинул Гребень свой в реку <...> Видал я на своем веку, Что **так же** с правдой поступают... (Гребень); Невежи судят **точно так**: В чем толку не поймут, то все у них пустяк» (Петух и Жемчужное зерно).*

В роли маркера присоединительного сравнения-басни могут употребляться (часто в сопровождении частицы **же (ж)**), слова **то** и **столько** в разных грамматических формах. Например: *Мартышка к старости слаба глазами стала <...> К несчастью, **то ж** бывает у людей... (Мартышка и очки); Чем больше чистит он, тем только больше пятен <...> Бывает **столько же** вреда, Когда Невежда не в свои дела влетится... (Голик)*.

Интересно, что маркером развернутого сравнения-басни может быть содержащаяся в «морали» форма сравнительной степени имени прилагательного или наречия или лексема сравнительной семантики. Например: *На деле же почти такие люди все – **Сродни** моей Лисе (Добрая Лисица)*.

Как видно из проведенного исследования, в баснях И. А. Крылова простые сравнения занимают значительное место среди других средств языковой выразительности. Для их оформления используется широкий круг средств создания союзных и бессоюзных синтаксических конструкций, восходящих как к русской народно-разговорной стихии, так и к традициям книжной речи. При этом, в связи со структурными особенностями текста басни, в произведениях И. А. Крылова особую роль приобретают развернутые сравнения присоединительного типа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Благой Д. Д. Иван Андреевич Крылов / Д. Д. Благой // Крылов И. А. Избранные сочинения. Грибоедов А. С. Горе от ума. Некрасов Н. А. Стихотворения и поэмы. – М.: Дет. лит., 1981. – С. 3–24 (Б-ка мировой лит-ры для детей, т. 5).
2. Богданов Д. Развитие структуры басни: от античности до наших дней / Д. Богданов // Филология и литературоведение. 2014. № 1 — Режим доступа: <https://philology.spauka.ru/2014/01/642/> (Дата обращения: 26.02.2023).
3. Большой толковый словарь русского языка / Рос. акад. наук, Ин-т лингвист. исслед.; авт. и рук. проекта, сост., гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2001. – 1534 с.
4. Виноградов В. В. Очерки по истории русского литературного языка XVII–XIX вв.: Учебник / В. В. Виноградов. – М.: Высш. школа, 1982. – 528 с.
5. Горшков А. И. История русского литературного языка (Краткий курс лекций) / А. И. Горшков. – М.: Высшая школа, 1961. – 195 с.
6. Горшков А. И. Теория и история русского литературного языка: учеб. пособие... / А. И. Горшков. – М.: Высш. шк., 1984. – 319 с.
7. Ефимов А. И. История русского литературного языка. Курс лекций / А. И. Ефимов. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1954. – 431 с.
8. Ефимов А. И. Стилистика русского языка / А. И. Ефимов. [Предисл. акад. В. Виноградова]. – М.: Просвещение, 1969. – 262 с.
9. Камчатнов А. М. История русского литературного языка: XI– первая половина XIX века: Учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. пед. учеб. заведений / А. М. Камчатнов. – М.: Изд. центр «Академия», 2005. – 688 с.
10. Кедайтене Е. И. История русского литературного языка: Учеб. Пособие / Е. И. Кедайтене. – М.: Изд-во РУДН, 1994. – 192 с.
11. Ковалевская Е. Г. История русского литературного языка: Учеб. для студентов пед. ун-тов и ин-тов... / Е. Г. Ковалевская. – М.: Просвещение, 1992.
12. Ковалевская Е. Г. История русского литературного языка. Учебное пособие / Е. Г. Ковалевская. – М.: Просвещение, 1978. – 384 с.
13. Кожин А. Н. Литературный язык допушкинской России / А. Н. Кожин. – М.: Рус. яз., 1989. – 283 с.
14. Крылов И. А. Басни / И. А. Крылов // Крылов И. А. Избранные сочинения. Грибоедов А. С. Горе от ума. Некрасов Н. А. Стихотворения и поэмы / Вступит. ст. Д. Д. Благого, М. П. Еремина, К. И. Чуковского. – М.: Дет. лит., 1981. – С. 104–194 (Б-ка мировой лит-ры для детей, т. 5).
15. Кустарева М. А. История русского литературного языка: Пособие для студентов-заочников фак. рус. яз. и лит. пед. ин-тов. Ч. 1 / М. А. Кустарева. – М.: Просвещение, 1971. – 215 с.
16. Левин В. Д. Краткий очерк истории русского литературного языка / В. Д. Левин. – М.: Просвещение, 1964. – 246 с.
17. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. — М.: Сов. энцикл., 1987. — 751 с.—Режим доступа: <https://1599.slovaronline.com/5771-сравнение/>
18. Ломов А. М. Русский синтаксис в алфавитном порядке: Понятный словарь-справочник / А. М. Ломов. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2004. – 400 с.
19. Мещерский Н. А. История русского литературного языка / Н. А. Мещерский. – Ленинград: Изд-во Ленинградского ун-та, 1981. – 279 с.
20. Одинцов В. В. Сравнение / В. В. Одинцов // Русский язык. Энциклопедия. Гл. ред. Ф. П. Филин. – М.: Советская энциклопедия, 1979. – С. 327.
21. Пруцков Н. И. И. А. Крылов баснописец / Н. И. Пруцков // Библиотека электронной литературы в формате fb2. – Режим доступа: <https://litresp.ru/chitat/ru/П/пруцков-н-и/ot-sentimentalizma-k-romantizmu-i-realizmu/13?ysclid=lle16ddhdm743407163> (Дата обращения: 16.08.2023).
22. Словарь литературоведческих терминов / Автор-составитель С. П. Белокурова, 2005 г. Электронная версия © А. А. Белокуров. – Режим доступа: <http://gramma.ru/LIT/?id=3.0&bukv=%D1&page=2/> (Дата обращения: 16.08.2023).
23. Шкляревский Г. И. История русского литературного языка (Вторая половина XVIII — XIX век). Цикл лекций / Г. И. Шкляревский. – Харьков: Изд-во Харьковского ун-та, 1967. – 199 с.

Воронежский государственный педагогический университет

Правда Е. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры теории, истории и методики преподавания русского языка и литературы

E-mail: epravda@yandex.ru

Voronezh State Pedagogical University
Pravda E. A., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Theory, Theory and Methodology of Teaching Russian Language and Literature

E-mail: epravda@yandex.ru

«ПИСЬМА ИЗ ДОНЕЦКА» Л. П. КВАШИНОЙ: ЭГО-ТЕКСТ, ДОКУМЕНТ ЭПОХИ И ФАКТ ЛИТЕРАТУРНОЙ ЖИЗНИ

Н. В. Пращерук

Уральский федеральный университет

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: в статье анализируются «Письма из Донецка» Л. П. Квашиной, доцента ДонГУ, не покидавшей город в течение всего времени военного конфликта. Письма охватывают период с 12 января 2015 г. по 23 марта 2023 г. Показывается, что их можно рассматривать как единый эго-текст, который формируется на соединении документальности и образа. Исследуются круг тем, поднимаемых пишущим, содержательная, жанровая, интонационная и повествовательная специфика Писем.

Ключевые слова: Письма, Донецк, Квашина, эго-текст, документальность, личность, Россия, тема, малая эпическая форма, остранение, образ.

Abstract: the article analyzes “Letters from Donetsk” by L. P. Kvashina, an associate professor of the Donetsk State University, who did not leave the city during the entire period of the military conflict. The letters cover the period from January 12, 2015 to March 23, 2023. It is shown that they can be configured as an appropriate ego-text, which is implemented by including documentary and image. The range of topics raised by the author, genre, intonation and distinguishing features of the Letters are explored.

Keywords: Letters, Donetsk, Kvashina, ego-text, documentary, personality, Russia, theme, small epic form, alienation, image.

«Письма из Донецка» частично были опубликованы в журнале «Урал» (2015 № 5, 2016 № 8) в рубриках «Слово и культура» и «Без вымысла». Большая часть Писем пока не опубликована, хранится в личном архиве автора статьи. Письма охватывают период с 12 января 2015 г. по 23 марта 2023 г. — в них запечатлена хроника донецкой жизни в остро драматический период украинско-донецкого противостояния, даны портреты дончан — коллег, знакомых, жителей осажденного города. Автор Писем — Л. П. Квашина, кандидат филологических наук, доцент Донецкого государственного университета (ДонГУ), ученица М. М. Гиршмана, представитель известной филологической школы. Она не покидала осажденный город весь период военного конфликта.

Ю. В. Казарин, известный уральский поэт, доктор филологических наук, ведущий рубрики «Слово и культура», написал в небольшом предисловии к первой публикации: «Письма с Донбасса. Письма из Донецка. Письма из войны. Письма ... филолога, доцента, преподавателя филфака ДонГУ, автора пяти учебников и 58 статей. Письма человека науки и культуры. Письма человека мужественного, человека долга и чести. Письма женщины, преодолевающей страх, ужас и войну. Женщины, ответственной за жизнь, за культуру, за студентов, за науку, за семью свою, за детей. Людмила Павловна Квашина — дочь укра-

инца. Её предки по материнской линии — выходцы с Урала (Челябинск), поэтому Урал и Зауралье для Л. П. Квашиной — родные места. <...> Словесность — чудо. Чудо жизнотворное и вечное в пределах данной культуры. Письма Л. П. Квашиной, безусловно, подтверждают этот гипотетический для обывателя факт... Это не просто документальное описание украинско-донецкого хронотопа, чреватого трагедией и катастрофой, — но и прямое культурно-текстовое воплощение, а точнее, материализация словом — ужаса, нежности и силы жизни» [7, 225]. В этом небольшом фрагменте обозначены те параметры, по которым следует читать такие тексты, формируемые на стыке, на грани образа и документальной фиксации фактов.

А. А. Кораблев, заведующий кафедрой истории русской литературы и теории словесности ДонГУ, житель Горловки, не покидавший ее в течение всего конфликта и военных действий, оценивает письма коллеги как документальное свидетельство: «Во время информационной войны возрастает ценность независимых источников. Таким частным свидетельством, но имеющим значение документа, являются блокадные письма Л. П. Квашиной, доцента Донецкого университета». Этим суждением он предварял в 2015 г. републикацию писем на своей странице в Фейсбуке.

Сам автор указывает: «Я ведь даже не описываю, я стараюсь фиксировать (хочется сказать в про-

шедшем времени — фиксировала!), потому вряд ли в них есть стиль или какие-то другие достоинства, кроме одного — мои письма совершенно документальны» [8, 234].

В данном случае Людмила Павловна права лишь отчасти и, развивая мысль Ю. Казарина, можно вполне говорить о «культурно-текстовом воплощении донбасского хронотопа».

Письма обладают единством, которое обусловлено взаимосвязанностью тем, мотивов, внутренних сюжетов. Сюжет первой и второй части (опубликованы) можно обозначить строчкой известного фильма — «Дожить до весны». Весна — в данном случае не только время года. Она символизирует победу над смертью: «У нас два дня совершенно тихо. Дай Бог, может, что-то наладится. Обнимаю, с весной! Ангела-Хранителя! Люся» [8, 235]; или: «Мы наслаждаемся тишиной и нагрывшей весной. Ночью еще морозит, но утро пахнет весной. Сразу расслабились, в транспорте стало теснее, машин на улице больше. Замечаем, как много стильной молодежи, красивых лиц — может, просто мы стали выползать из внутренних коконов? Но на душе теплее. И вот еще: всей кафедрой наблюдаем, как две сороки вьют гнездо прямо против наших окон: довольно энергично отламывают ветки на соседних деревьях и несут в гнездо. Это тем удивительнее, что окна выходят на шумную магистраль» [8, 235].

Опубликованные письма не случайно завершаются письмом с заголовком «Мирный воздух», в котором приводится яркий и знаковый эпизод «мирной» жизни Донецка. Встреченный автором Писем и прибывший с передовой (из Мариуполя) военный признается, что чувствует себя в Донецке, как в «детском садике»: «Услышать от военного с передовой «как в детском садике», то есть, как я поняла, защищенно, беззаботно, — удивительно. Он рассказал, что два месяца не был дома, хотя живет в Макеевке, что отпускают «по обстановке», перед этим не был дома четыре месяца, что, кроме автомата, бронежилета и каски, на войне ничего нет, но там его ребята, а значит, второй дом. Такова на деле цена нашего покоя и мирного воздуха» [9, 174].

Неопубликованные письма можно разделить на две части, каждая из которых также обретает свою специфику. Первая часть — письма 2016–2017 гг. Они написаны в период, когда была надежда на мирное урегулирование конфликта. И вместе с тем в них прекрасно показано, сколь иллюзорна была эта надежда, поскольку краткие периоды относительного перемирия сменялись новыми обстрелами города, новыми жертвами. Здесь много говорится о преподавательской и научной деятельности, включаются замечательные описания памятных мест, которые посещал автор. Работа — та отдушина, которая помогает выжить в катастрофических условиях, в условиях постоянной опасности физического уничтожения.

Заключительная часть — письма 2018–2023 гг. Время, когда приходит понимание неизбежности масштабных военных действий, время, с одной стороны, — радости воссоединения с Россией, которого дончане ждали долгие восемь лет, а с другой, — тяжелейших утрат и потерь, продолжающегося геноцида мирного населения Донбасса. Эти письма отличаются масштабностью и обобщенностью видения происходящего, глубиной и точностью оценок и формулировок.

Может быть, особенно важны для нас сейчас письма, в которых отражены драматические события, связанные с проведением специальной военной операции. В них выражена осознанная позиция зрелого человека, прошедшего через восемь лет испытаний и не сломившегося, мужественного, не изменившего себе. В этой позиции — убежденность в собственной правоте, выверенная временем, еще большее мужество, еще большая готовность пройти все испытания достойно: «Украина в беде. Все мы в большой беде. И трагедия, что эту беду нам стремятся представлять в искаженном зеркале. Очень сильное переживание, которое мы вынесли из 2014 года, это осознание того, что, если Донецк исчезнет с карты, этого Запад не заметит, — тебя убивают, но этого нет! — Донецк самоистребился! Но беда в том, что это может коснуться не только Донецка или Луганска. И ещё: объяснить, переубедить человека других взглядов сегодня почти невозможно: воспринимают не то, что видят и слышат, а то, во что верят. Поэтому русским (по духу) надо быть вместе. Мы очень верим в Россию. Это громко. Но только потому, что глубоко чувствуется... Надо пережить эти испытания!» [личный архив, не опубликовано]; «Но мы-то готовы стоять до конца без таких доказательств! Мы переживали это в 2014–2015 гг. Однако сейчас на карту поставлена судьба России, потому либералам-пацифистам не худо бы знать: Украина не просто стреляет, она уничтожает Донбасс! и не только Донбасс — Мариуполь, Чернигов, Харьков. После них должно остаться пепелище. Здесь они жить не собираются. Царствие Небесное погибшим! Божьей помощи всем, кто защищает нашу Родину! Обнимаю, моя дорогая. Мы в полном порядке. Все будет хорошо!» [личный архив, не опубликовано].

Наряду с мемуарами и дневниками, эпистолярные в литературоведении традиционно относят к эго-документам, эго-текстам, автоповествованию. Нарботан значительный опыт изучения подобной литературы [1, 2, 3, 4, 16, 18]. При этом эго-текст как явление представляет интерес не только для филолога, но и для историка, культуролога, лингвиста, психолога, потому исследования подобных текстов часто носят междисциплинарный характер [3, 5, 6, 12]. В литературоведческом анализе эго-текстов можно выделить ключевые моменты, как то: осмысление личности пишущего и его адресата (если это

эпистолярный жанр); личность раскрывается через круг тем, поднимаемых пишущим, а также через его слог, стиль; факт фикциональности / документальности; соотношение документального, фактографического и образного, художественного; жанровые и повествовательные вариации [10, 11, 13, 14, 15, 17, 19].

Учитывая все эти параметры, заметим, что содержание и форма Писем, которые обуславливают желание их прочитать, а адресата поделиться с другими, достигается здесь личным статусом, «качеством» личности пишущего. Это мужественный, сердечный, талантливый и сдержанный человек. Сдержанный тон всех писем, отсутствие всякой истерики как раз и производят нужное впечатление. Поразительно, что практически все письма завершаются пожеланиями адресату, живущему в совершенно иных условиях — «беречь себя».

Автор Писем — «свой человек» в пространстве культуры и литературы. И это придает особую ценность письмам, особый колорит. Вот два фрагмента, показывающие, как сегодняшние впечатления и переживания «литературно оснащены» и демонстрируют «связь времен»: «Чистую воду привозим из других районов. Сегодня это будет университет. Поймала себя на мысли, что новости об обильных снегопадах (в Москве) слушаю с завистью — нам бы! Даже зимние пейзажи воспринимаю прагматически. Вспоминается история с Шаляпиным, когда он пригласил на свой концерт известного физиолога, который уже в начале оперы, как только Шаляпин вышел на сцену, начал неистово хлопать и что-то кричать. По окончании Шаляпин спросил «что он кричал?», на что ученый ответил: «Какой скелет! Какой скелет!» Так и я: «Сколько чистой воды!» [8, 228]; «Дело в том, что накануне после очередной атаки у нас отключили отопление, свет, воду. Слава Богу, что в доме газ, это для жизни спасительно. Если перед этим температура воздуха держалась в районе нуля, то в этот день градусник показывал -10° . Прошлась в сумерках по району — окна в крестах или вообще выбиты и закрыты фанерой, затянута целлофаном, как у Бунина, «нигде ни огня, ни одной живой души» (преувеличение, но по сравнению с обычной жизнью это так) — жутковато. Опять-таки благодарим службы: ночью включили отопление, потом воду и свет. Трудно представить, как в других районах без света и отопления живут месяцами, да еще в подвалах, — а это реальность» [8, 230].

Письма содержат яркие, образные описания городов, которые посещал автор — Таганрога, Ярославля, Петербурга, Суздаля и Владимира, Казани, Белгорода и других — с их памятниками, достопримечательностями и святынями. В этих описаниях, художественно выполненных, каждый город, каждый памятник обретают свое неповторимое лицо [9, 168, 169, 171 и др.]. И читателю, как и автору, становится внятными, сколь важно непосредственно

пребывать в пространстве культуры, переживать встречи со смыслами, ею открываемыми. Людмила Павловна — человек, тонко чувствующий и красоту окружающего мира, и произведений искусства. Безусловная эстетическая одаренность Л. П. Квашиной проступает в описаниях храмов, икон, произведений искусства, а также и просто в пейзажных зарисовках.

Автор Писем — человек гуманитарной науки, преподаватель высшей школы, преданный своему делу, настоящий профессионал, специалист по русской литературе первой половины XIX века, пушкинист. Поэтому письма содержат множество сведений об учебной процессе, о конференциях, о докладах и диссертациях, о подготовке научных сборников. И это не может не восхищать — служить своему делу, несмотря ни на что: «Составила книгу о факультете: Связь поколений и времен. Филфак и война: переключки трех поколений: участников войны, детей войны и семейных историй сегодняшних студентов. Верстали студенты. Вышло неплохо» [личный архив, не опубликовано].

Голос автора Писем соседствует с другими. Так, приводятся прямые свидетельства бывшей студентки, живущей с семьей прямо в зоне непосредственных обстрелов.

Важная содержательная составляющая — фиксация психологических состояний. Дается вполне определенное представление о том, как дончане переживают катастрофу разрушившейся в одночасье жизни. При том, что это непосредственные реакции и впечатления, автор сохраняет способность аналитического отношения к происходящему и отмечает подобное качество у других, пребывающих в зоне военных действий. Конечно, часто люди подавлены: «Последнюю неделю я была в угнетенном состоянии» или «У меня наступило состояние какого-то отупения и безразличия. Я Регине просто завидую! Она так верит в какую-то победу... Сегодня утром меня добилась новость, что на детской площадке нашли растяжку. Пенсионер вышел утром погулять и обратил внимание на веревочку...» [8, 227]. И вместе с тем преобладающая интонация другая — мужественная, сдержанная вера в то, что, в конце концов, всё будет хорошо. И это поразительно. Написанное воспринимается как урок всем нам, как драгоценный опыт переживания трагических обстоятельств. Опыт того, как жить — при непосредственной угрозе физического уничтожения. Практически каждое письмо завершается подобными строчками: «Если «перегрустила» письмо, то это неправильно, мы не жалуемся, мы нормально, насколько это возможно, живем: смеемся, шутим, общаемся, ссоримся и очень надеемся, что нас «не сдадут» [8, 226]; «Вчера была панихида по Е. С. На кладбище не поехали даже родные — слишком опасно. В общем — тяжело. Но поминки были такими теплыми, фактически это был вечер воспоминаний о мощной личности, настоящем

ученом, учителе и очень светлом человеке. Звучали его шутки, остроты. В результате я вышла просветленным человеком. Тяжесть ушла. Можно двигаться дальше. Я пишу это, конечно, не из-за моих переживаний, а ради и во имя Е. С. Отина. Мне кажется, это долг, это важно. Даже не извиняюсь за патетику» [8, 227]; «На улице жутковато. Но надеемся, если отведут тяжелую технику, жизнь наладится. ... все будет нормально. Жизнь продолжается: есть тепло, свет, вода, еда, магазины не пустые — выживем» [8, 227]; «Ты же понимаешь, что мы не просто держимся, но живем» [8, 230]; «Может, это легкомысленно, безответственно, но, может, только так и можно жить — преодолевая, вопреки. Что было бы, если бы сейчас все уехали из Донецка?» [8, 230].

Автор рисует портреты своих земляков. Так, одно из писем посвящено Евгению Степановичу Отину — ученому-лингвисту, умершему в осадном городе. В другом — речь идет о женщине-филологе, которая, когда обстреляли ее дом в центре Донецка, испытала «странное» облегчение: «Алла видела прикрытые тела, старушечьи ботики, рядом — авоська с хлебом. Но совершенно очевидно, что жертв могло быть гораздо больше. Алла — филолог, всю жизнь проработала в центральной библиотеке, между тем технически точно объясняла, почему после семи выстрелов можно было выходить. Странно было слышать от нее немирные экзотизмы вроде «гаубица» и т.п. Потом вдруг спросила: «...надеюсь, Вы не верите, что это «дээнэровцы» сами себя обстреливают?» <...> и потом сказала: «Когда после обстрела вышла на улицу, при том ужасе, который только что пережили, пришло странное ощущение свободы, снятия вины, что ли, вины перед теми людьми, которые живут под обстрелами, а здесь, в центральных районах, вроде бы спокойно» [8, 234].

Эпистолярная форма может быть соотнесена с жанрами малой эпической формы — фрагментами, например, объединенными в цикл. Для этого жанра характерны предельная смысловая и пространственно-временная концентрация, ослабление фабульного начала и целая система минус-приемов, те «пропуски», которые и формируют из всякого рода недоговоренностей и отрывочности «плотность» текста, его семантический объем. Текст обладает всеми этими параметрами, а ведущим минус-приемом становятся фигуры умолчания, графически обозначенные, в том числе, многоточием: «Скорее всего, кровавая провокация. Это транспортная развязка, много торговых точек. Но ты же понимаешь, всё это сейчас дело случая... Будем уповать на Бога» [8, 238].

Если продолжить сопоставление, то может показаться, что, в отличие от других произведений этого жанра, письма отличаются монотемностью. Но даже в таком содержательно особом тексте, организованном сверхзадачей — запечатлеть будни Донецка, можно выделить целый круг тем: жизнь — смерть —

война — Родина — культура — образование — долг — надежда — будущее родного города и страны. Очень конкретные темы — работа коммунальщиков — поведение горожан во время обстрела и т.д. И все они имеют характер вариаций. Мы встречаемся с эффектом тематического возврата, который каждый раз дает приращение смысла, обогащение темы новыми интонациями. По этому принципу можно рассмотреть содержательно-формальную специфику вариаций той или иной темы.

Ключевое значение безусловно приобретает тема веры, поддерживающей дончан в их испытаниях. Автор — православный человек. Это отражается в пожеланиях адресату — Ангела Хранителя, в упованиях — Дай Бог, Храни их Бог! — в том числе — по отношению к тем, кто находится в большей опасности — например — тем, кто в Горловке или непосредственно в других эпицентрах обстрелов и провокаций. Очень выразителен эпизод, продолжающий рассказ о филологе Алле: «А потом еще: стала говорить, что в Бога верит, но не воцерковлена, крестилась вместе с сыном всего несколько лет назад. «Я верю в Бога, но не верю в чудеса». И тем не менее. В этот день с утра была сильная тревога, она фокусировалась на сыне, который хотел поехать к девушке в другой район города, но, поскольку перемирие еще не вступило в силу, было тревожно. Она зажгла рождественскую свечу, помолилась и поставила ее на окно. Во время обстрела у соседней этажом выше и этажом ниже в окнах вылетели стекла. Алла сидела у окна за компьютером. Многие погибают именно так, от стеклянных осколков. Ее окно уцелело, при том, что рамы были старые. Пострадал только застекленный балкон. Вот так. Пусть это сохранится. Обнимаю. Прости, в чем виновата. Ангела-Хранителя. Люся» [8, 238].

Кульминацией в развитии этой темы в первой части становится письмо, написанное в праздник Торжества Православия и приобретающее символический характер, поскольку в этот праздник университет проводит еще и день открытых дверей: «Сегодня День Торжества Православия — пусть торжествует в нашей жизни! Утром торопилась — на факультете был день открытых дверей. В актовом зале свободных мест не было — даже стояли. Потом специально разошлись по разным аудиториям, у нас (русский язык и лит-ра) аудитория тоже была заполнена. Когда встреча закончилась, встал родитель и сказал: «Хочу вас поблагодарить, что вы остались и будете учить наших детей. Очень трогательно» [8, 235].

Во второй и третьей части эта тема обогащается, усложняется. Так, например, приводится спор со знакомым и формулируется четкое понимание, что такое свобода: «В интернете случайно нашла фильм «Пасха», он шел, как я понимаю, на первом канале год назад... Хорошо сделан, проникновенно, много участников, но кратко, убедительно — меня тронул.

Были сегодня в гостях, я предложила посмотреть. Потом жарко спорили: хозяин дома — убежденный атеист. Камень преткновения — свобода воли. Для меня высшая свобода — это признание: «Да будет воля Твоя, а не моя, Господи!» Хотя не могу не признать, что грешу своеволием, в отношении церковных правил в том числе. Но стараться почувствовать и понять эту волю (или не понять!) — в этом свобода. Не так ли?» [личный архив, не опубликовано].

Особое значение обретают описания храмов и икон. В этих описаниях — прикосновение к Красоте спасающей, отвечающей самым глубинным потребностям сердца. И можно говорить не только об эстетическом эффекте. В том числе и этими описаниями — в соединении с эпизодами пережитого (рассказ о подаренной иконке преподобного Симеона Верхотурского) и устойчивыми лексическими комплексами — создается особое духовное пространство Писем: «Еще одна церковь совершенно удивительная — Всесвятская. <...> Впечатление, что ты не то чтобы оказался в другом веке, а что ты вообще находишься вне времени. Большинство икон в черных деревянных рамах, потемневшие, но дело даже не в этом — они разные по времени — и древние, и, как я понимаю, не очень, но необычные, много сюжетных <...> Очень интересная греческая икона «Животворящий источник». У некоторых икон оклады выполнены из бисера — они совсем черные, но все равно очень красиво. Иконостас старый, украшен эмалью и мозаикой. Церковь совсем маленькая, но совершенно неисчерпаемая — так плотно заполнено пространство... Впечатление живет во мне» [9, 167].

В письма включены стихотворные строки, написанные «по горячим следам»: «Пару дней назад возвращалась вечером с работы. В троллейбусе у дверей лицом ко мне стоял мужчина странного вида, выпивший. Я не знаю, почему он вдруг начал говорить, может, я посмотрела с осуждением, может, просто хотелось выговориться, но он стал рассказывать: из-за войны уехал из Карабаха в Донецк, а сегодня утром попал под бомбежку — есть погибшие. Сказал — и вышел. Вечером я рассказала этот эпизод другу — утром он мне прислал стихотворение, которое замечательно прежде всего своей мгновенной реакцией:

Словно в терпящей бедствие лодке,
Ждал Донецк прекращения бомбёжки,
И троллейбус казался отсеком
С причитающим в нём человеком...
Бомжеватый, седой и небритый
Он, случившимся горем разбитый,
Причитал по-кавказски: «Вах, вах!..
Променял я на что Карабах?
Ни семьи нет, ни стен, ни машины
После с неба свалившейся мины
От «спасающих» нас киевлян.
А ведь звал меня брат в Ереван...
Я сбежал от войны на Кавказе,

Думал — рай обрету на Донбассе...
Зло повсюду! Как жить без любви?..
Деться некуда с этой Земли,
Как с израненной бомбами лодки.
Как не выпить по-русски мне водки?!»
Причитал по-кавказски: «Вай, Вай!..
Что ж молчишь ты, Христос, — выручай!...»
Е. Крюков. Донецк. 13.02.2015

Описываю потому, что понимаю, память не все сохранит, детали уйдут, а хочется, чтобы остались, мне кажется, что в них много правды» [8, 231].

Кроме того, автор приводит в письмо большой текст — результат коллективного творчества (своего рода фольклор) «Приметы дончанина»: «Много точного (я тоже считаю окна), кому принадлежит, не знаю, потому поступила творчески: то, что мне показалось особенно игровым или грубоватым, убрала, от себя добавила наблюдение о цветах — в таком виде высылаю.

«Ты дончанин, если:

Перед тем как выйти в люди, невольно думаешь не только о том, как будешь выглядеть на улице или на работе, но и когда, не дай Бог, попадешь в больницу или морг. Старое белье и прохудившиеся носочки, ваше место в мусорнике.

Обязательно берешь с собой паспорт. В лучшем случае будет что предъявить патрулю, в худшем — это существенно упростит и ускорит опознание.

Перед выходом из дома стараешься не ссориться ни с кем из домашних. Ведь возможно, вы видите друг друга в последний раз.

<...>

Если встречаешь на улице человека с букетом цветов, невольно начинаешь искать глазами траурную ленту, и, что самое печальное, — находишь.

<...>

Искренне жалеешь тех хороших людей, кто вынужден был уехать и тоскует по Донецку. Потому что точно знаешь — тебе-то все равно лучше, чем им. Потому что ты сделал свой выбор, потому что твое сердце бьется в унисон с твоим любимым городом, лучшим городом на этой планете. Нет душевнораздирающей тоски, которая страшнее градов и мин. И ты чувствуешь — осталось еще немного потерпеть. Потому что ты все равно веришь, что Победа будет наша! И ради этого стоит жить!» [8, 232–233].

Такие вкрапления чужого слова придают письмам полифоническое звучание, а также создают эффект остранения, обостряющий наше восприятие текста и усиливающий его воздействие на читателя.

Пуантированный финал первой части (стихотворные строки об Украине с фотографией телеграфного столба, повисшего в воздухе и напоминающего крест), продиктованный законами жанра малой формы, приводит не только к возрастанию смысла, но и увеличивает степень соотносительности отдельных писем, подобно тому, как соотносятся части в произведении:

ЧЕРНО-БЛАКИТНОЙ УКРАИНЕ

Несбывшейся мечтой,
Обугленным столбом
Меж небом и землёю
Повисла на былом.
Судить пока что рано:
Полёт то или крест,
Погибель или рана,
Награда или перст...
А небеса «блакитні»,
Но выжжены поля...
Как за тебя обидно,
Вторая мать моя! [8, 236].

В третьей части эпистолярное повествование осложняется и одновременно расцвечивается телеграфным стилем переписки в WhatsApp, для которого характерны рубленые фразы, афористичная точность: «Для меня не то что неприемлема, но органически противоестественна позиция противопоставления себя Отечеству. Ошибки — да, горько — да! — но это мои ошибки и мои горечи! Иное для меня (говорю очень искренне) — либо чистая прагматика (материальная составляющая — что делать, связывает крепче каната), либо вирус (а значит, пока не переболевает, не придет в сознание). С теми и с другими спорить бесполезно и бессмысленно. Я просто обозначаю свою твердую позицию — и всё» [личный архив, не опубликовано]; «Все цветы в тяжелом состоянии. Но продолжают радовать. Теперь все другое. Мир изменился. Но мы — нет» [личный архив, не опубликовано].

Завершаются Письма волнующим рассказом о том, как проходил вечер памяти погибших студентов Донецкого университета: «Собрались люди, которых объединяла память о замечательных ребятах. Разговор был свободный. И говорили об очень важном. Несколько предварительных слов. Год назад под Харьковом погибли наши ребята: Даниил Дудников и Илья Уваров-Наровский. Даниил — студент 4 курса исторического факультета, Илья — филолог-магистрант. Исключительные ребята, интеллектуалы, будущая наша элита, как все их определяли. В феврале 2022 года Илья получил повестку и сразу же явился на призывной пункт, хотя следом полетела справка о брони. Даниил ушел добровольцем. Они оказались в одном взводе. В конце марта их перебросили в поселок Ольховка под Харьковом. Утром 25 марта взвод принял бой с отрядом батальона «Азов». Ребята погибли в одном окопе. Илье было 25 лет, Даниилу — 19» [личный архив, не опубликовано].

И дальше — в форме репортажа — автор дает прямой речью, что сказали о погибших те, кто ребят знал. Это товарищи по учебе и интеллектуальному клубу, преподаватели, сослуживцы. Был отец одного из юношей. Говорили без лишней патетики, лирики и сантиментов, с глубокой болью о невосполнимой утрате. Высокая скорбь соединилась в их

словах с твердостью, убежденностью в том, что эти парни не могли поступить иначе, что погибли они, защищая Родину и нас. И забыть этого мы не должны.

Финальное письмо производит сильнейшее впечатление. Пройдя через весь этот трудный текст, сложно организованный и требующий сердечного включения, начинаешь осознать, что именно такое его завершение является самым точным, самым верным. Заключительное письмо дает возможность читателю пережить настоящий катарсис — нравственное очищение, дающее силы жить дальше и оставаться человеком.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев В. В. Основные итоги изучения эпистолярных источников в советской научной литературе 60–80-х годов / В. В. Алексеев. — М.: Высшая школа, 1987. 318 с.
2. Голубинов Я. А. Эго-документы как способ конструирования личной и семейной истории: случай Петра и Михаила Герасимовых / Голубинов Я. А. // Genesis: исторические исследования. 2019 № 12 С. 1–9.
3. Зарецкий Ю. П. Индивид в европейских автобиографиях: от Средних веков к Новому времени: Историко-культурный аспект проблемы: дис. ... докт. ист. наук / Зарецкий Ю. П. — М., 2005. 393 с.
4. Зарецкий Ю. П. Теория литературных жанров и некоторые вопросы исторического изучения автобиографических текстов / Ю. П. Зарецкий // Новый образ исторической науки в век глобализации и информатизации / Под ред. Л. П. Репиной. М., 2005. — С. 159–173
5. Зарецкий Ю. П. Новые подходы к изучению свидетельств о себе в европейских исследованиях последних лет / Ю. П. Зарецкий // Автор и биография, письмо и чтение / Науч. ред. Ю. П. Зарецкий. М., 2013. — С. 24–42.
6. Интервью с Ф. Лежён // Иностранная литература. 2001. № 4. С. 257–264.
7. Казарин Ю. Семнадцать писем из Донецка Людмилы Квашиной / Ю. Казарин // Урал, 2015. № 5. С. 225.
8. Квашина Л. П. Семнадцать писем из Донецка / Л. П. Квашина // Урал, 2015. № 5. С. 226–236.
9. Квашина Л. П. Письма из Донецка-2 / Л. П. Квашина // Урал, 2016. № 8. С. 161–174.
10. Лежён Ф. От автобиографии к рассказу о себе, от университета к ассоциации любителей: история одного гуманитария / Ф. Лежён // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. М., 2012. № 3. С. 199–217.
11. Луцевич Л. Ф. Документальность и эго-документ / Л. Ф. Луцевич // Литература и документ: теоретическое осмысление темы (материалы «круглого стола»). — 2008. — Режим доступа: <http://imli.ru/index.php/seminary-i-konferentsii-2008/1827-kruglyjstol-literatura-i-dokument-teoreticheskoe-osmyslenie-temy> (дата обращения: 2.01.2023).
12. Местергази Е. Г. О термине «документальная литература» / Е. Г. Местергази // Вестник Тамбовского университета. Серия «Гуманитарные науки». Тамбов. 2007. Выпуск 11 (55). С. 174–177.

13. Михеев М. Дневник как эго-текст (Россия, XIX–XX) / М. Михеев. — М.: Водолей Publishers, 2007. — 262 с.

14. Никонова Н. Е. Эго-документ как жанр имагологической литературы: письма М. М. Вильдермет к В. А. Жуковскому / Н. Е. Никонова // Россия — Италия — Германия: литература путешествий: коллективная монография по материалам Третьей международной научной конференции Международного научно-исследовательского центра «Russia — Italia» — «Россия — Италия», Томск, 26–28 сентября 2012 г. Томск, 2013. — С. 99–121.

15. Старышкина А. А. Эго-документы как источник для изучения картины мира русских журналисток конца XIX — начала XX в. А. А. Старышкина // Исторический курьер. 2019. № 2 (4). Статья 13. — Режим доступа: <http://istkurier.ru/data/2019/ISTKURIER-2019-2-13.pdf>.

16. Суржикова Н. В. Эго-документы: интеллектуальная мода или осознанная необходимость Н. В. Суржикова

// История в эго-документах: исследования и источники. Екатеринбург: АсПур, 2014. — С. 6–13.

17. Фарафонова О. А. Житие, роман и анекдот как модели автоповествования в русских мемуарах второй половины XVIII века О. А. Фарафонова // Филологические науки. Вопросы теории и практики Philology. Theory & Practice ISSN1997–2911 (print) 2022. Том 15. Выпуск 2. — С. 287–291 |2022. Volume 15. Issue 2. P. 287–291.

18. Филатова Н. М. Подходы к изучению эго-документов в современной исторической науке в свете «лингвистического поворота» / Н. М. Филатова // Документ и «документальное» в славянских культурах: между подлинным и мнимым. — М.: Институт славяноведения РАН, 2018 — С. 24–40.

19. Яковлева Н. «Человеческий документ»: история одного понятия / Н. Яковлева. — Хельсинки, 2012. — 208 с.

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина

Пращерук Н. В., доктор филол. наук, профессор кафедры русской и зарубежной литературы

E-mail: pnv1108@gmail.com

Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin

Prashcheruk N. V., Professor, Doctor of Philology, Department of Russian and foreign literature.

E-mail: pnv1108@gmail.com

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ СОЧЕТАНИЯ СОБИРАТЕЛЬНЫХ ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ С СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫМИ — НАИМЕНОВАНИЯМИ ЛИЦ (ИЗ ПРАКТИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ СТУДЕНТАМ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ)

Е. А. Ряжских, И. В. Хорошунова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 31 августа 2023 г.

Аннотация: *проблема сочетания собирательных числительных с существительными — наименованиями лиц рассматривается в статье в аспекте преподавания студентам факультета журналистики. Привлекаются данные СМИ, анализируются рекомендации справочных и других изданий.*

Ключевые слова: *практическая стилистика, собирательные числительные, употребление собирательных числительных с наименованиями лиц.*

Abstract: *the article explores topical issues of the use of collective numerals with nouns denoting persons from the point of view of their teaching to students of the Faculty of Journalism. Media data are involved, recommendations of reference and other publications are analyzed.*

Keywords: *stylistics, collective numerals, the use of collective numerals with nouns denoting persons.*

Вопрос об особенностях сочетаемости собирательных числительных с существительными является одним из наиболее сложных в русском языке. При обучении студентов факультета журналистики лингвистическим дисциплинам мы обращаемся к нему неоднократно: и в рамках раздела «Морфология» дисциплины «Современный русский язык» (исследуем данный вопрос подробно), и в рамках темы «Стилистика имени существительного» курса «Стилистика» (повторяем изученное, выходим на новый уровень понимания данной проблемы). Особый интерес с точки зрения антропоцентрической парадигмы вызывает использование данных числительных с существительными — наименованиями лиц.

В первую очередь рассмотрим специфику употребления числительных с наименованиями лиц женского пола. На занятиях мы говорим студентам о том, что использование собирательных числительных с существительными женского рода является нарушением нормы — речевой морфологической ошибкой. Однако на практике, обращаясь к материалам СМИ, будущие работники медиаиндустрии нередко сталкиваются с такими примерами: **Трех сотрудниц** социальной службы в Воркуте подозревают в краже 3 миллионов рублей у пенсионера... (В Воркуте соцработники украли у пенсионера три миллиона рублей // РИА Новости, 18.07.2023); Тяжелое отравление **трех** московских **школьниц**: таблетки посоветовал старшеклассник (Московский комсомолец, 11.02.2021); **Трое школьниц** из ЯНАО получают по миллиону рублей от «Большой перемены» (Красный север, 28.10.2022); В результате **двоих де-**

вочек и женщину спасли очевидцы, которые плыли на лодке (В Архангельской области течением унесло мужчину и ребенка // Известия, 25.07.2020); **Вирс** обнаружили у **шестерых женщин** в возрасте от 28 до 60 лет и у 48-летнего мужчины (У семейных россиян в Таиланде обнаружили коронавирус // Lenta.ru, 05.04.2020); По информации «20 minutes», заложники — **четверо женщин** (Захват заложников под Тулузой устроил 17-летний с видеокамерой // Московский комсомолец, 07.05.2019); **Жертвами преступника стали пятеро школьниц** в возрасте от семи до 12 лет (Петербуржскому педофилу дали 15 лет тюрьмы // gazeta.ru, 02.12.2014) и др.

Однако любая ошибка имеет объяснение (и впоследствии может стать нормой). Обратимся за справкой к лингвистической литературе.

Так, С. В. Рябушкина объясняет тенденцию использования таких сочетаний в разговорной речи, в художественных произведениях, в СМИ тем фактом, «что дискриминационное грамматическое правило, разделяющее людей по гендерному принципу, постепенно теряет категоричность. Дополнительная синтагматическая характеристика лично-мужских существительных становится признаком персональности... Именно так развивалась в истории русского языка категория одушевленности, последовательно охватывая разные классы имен: от мужского — к женскому...» [1, 529]¹.

¹ В. В. Виноградов в свое время также отмечал несоответствие «узаконенной» нормы современным реалиям: «Очевидно, что в оборотах *двое мужчин* (но: *две женщины*)... пережиточно отражается та стадия в развитии языка, когда категория одушевленности еще не сложи-

Исследователь, анализируя ряд узуальных (но не признаваемых литературной нормой) особенностей использования собирательных числительных в речи, видит связь собирательных числительных с идеей «маскулинности», «персональности и одушевленности в широком смысле [2, 110], а также указывает на то, что их использование обусловлено снижением формальности массовой коммуникации.

Какие же рекомендации по использованию числительных с наименованиями лиц женского пола дает нам справочная литература?

Автор справочного издания «Практическая стилистика современного русского языка» Ю. А. Бельчиков констатирует: «При обозначении женщин употребляются, как правило, количественные числительные... Сочетание собирательных числительных с существительными женского рода — обозначениями лиц не рекомендуются <здесь и далее подчеркнуто автором — Ю. А. Бельчиковым. — Е. Р., И. Х.> (за исключением сочетания со словом *девчата* — *трое девчат*). Из двух возможных вариантов речи предпочтительнее вариант с количественным числительным» [3, 191].

В «Справочнике по правописанию и литературной правке» (автор — Д. Э. Розенталь) отмечается: «В разговорном языке и в просторечии круг сочетаемости собирательных числительных шире. Они сочетаются... с названиями лиц женского пола, например: *Семья Зиненков состояла из отца, матери и пятерых дочерей* (Куприн); *У него не хватало бы средств дать образование многочисленным детям — пятерым девочкам и трем сыновьям* (Паустовский); *В [военной] училище, я пошел, чтобы облегчить работы отца, у которого было еще трое моих сестер* (В. Песков). Как показывают примеры, такое употребление чаще встречается в формах косвенных падежей. Реже в форме именительного падежа... сочетания типа *трое портних, четверо учениц* и т.п. не рекомендуются даже в разговорной речи» [4, 229–230].

И. Б. Голуб в своей книге «Стилистика русского языка» пишет: «Нарушением литературной нормы является сочетание собирательных числительных с существительными женского рода... Встречающиеся в речевой практике отклонения от этого правила расцениваются практической стилистикой как речевые ошибки... В разговорной речи можно допустить сочетание *трое девчат* (разговорно-просторечная окраска существительного оправдывает употребление при нем ненормативного числительного)...» [5, 262].

С. В. Рябушкина, цитируя исследования 1960-х гг., указывает, что «лингвисты поколения 1960-х относились к этой неправильности лояльно: “С тех пор как категория лица распространилась на названия

лась, а категория лица охватывала названия лиц только мужского пола» (цит. по: Качевская Г. А. Собирательные числительные // Русская речь. 1968. № 1. С. 65).

лиц женского пола, стало возможным и сочетание *пятеро женщин*. В настоящее время его нельзя считать ошибочным. Это лишь разговорный вариант литературной нормы, уже не так редко встречающийся в различных стилях современного русского литературного языка. ...И это уже не речевая ошибка²» [1, 529].

В своей статье «Собирательные числительные в современной русской речи: семантика и синтагматика» [2, 112] С. В. Рябушкина приводит и мнения других исследователей: «сочетания собирательных числительных с существительными женского рода употребляются как в именительном, так и в косвенных падежах, лексическое значение и стилиевая отнесенность существительных на такую сочетаемость влияния не оказывают, а сочетания типа “трое женщин” в современном русском языке стали литературной нормой» [6, 18]; подобные сочетания «воспринимаются мной как абсолютно нормальные... это широко распространившийся, но еще не полностью победивший синтаксический неологизм» [7, 382].

Несмотря на то, что еще с конца 60-х гг. XX в. имели место попытки установления альтернативной нормы, данные попытки «сейчас не имеют существенной поддержки среди исследователей, но авторы отдельных работ все же допускают некоторое ослабление нормы» [8, 255].

Как видим, проблема с выбором количественного/собирательного числительного может быть связана и с нечеткостью формулировок в справочной литературе: «Авторы работ, как правило, не уточняют, в каком аспекте ими рассматриваются числительные — в нормативном или функциональном, что в ряде случаев порождает сложности при анализе литературы другими лингвистами, а также может вызывать недоумение у рядовых носителей языка и приводить к неразличению нормы и речевой практики. Безусловно, более удобными для восприятия являются такие работы, где нормативность/ненормативность, правильность/ошибочность тех или иных сочетаний представляются в эксплицитной форме: “Недопустимо употребление собирательных числительных с названиями лиц женского пола”³» [8, 259]. С данным мнением трудно не согласиться.

Второй вопрос, который мы рассмотрим в данной статье, — это проблема использования числительных с существительными мужского рода — наименованиями престижных должностей, званий, чинов, профессий. На занятиях мы стараемся донести до студентов мысль о том, что с такими существительными используются только количественные числительные (не собирательные!).

² Качевская Г. А. Собирательные числительные // Русская речь. 1968. № 1. С. 66.

³ Маслов Б. А. Морфология современного русского литературного языка. Стерлитамак, 2001. С. 58.

Что же мы можем увидеть в материалах СМИ?

Трое генералов МВД из Петербурга задержаны по громкому уголовному делу (Комсомольская правда. Санкт-Петербург, 06.07.2022); **Пятеро министров** на Украине написали заявление об увольнении (Известия, 02.22.2021); В понедельник, 9 ноября, президент России Владимир Путин подписал указы, согласно которым отправлены в отставку **пятеро министров** (Путин отправил в отставку министров транспорта, природы и строительства // gazeta.spb.ru, 09.11.20); Отмечается, что в последние десятилетия **двое президентов США** смогли выйти из договоров без поддержки Сената (Песков объяснил, как отразятся заявления Трампа на будущих переговорах с Путиным // gazeta.ru, 12.07.2018); **Кстати, уволены, согласно президентскому указу с действительной военной службы с формулировкой “по достижению предельного возраста и по состоянию здоровья” только трое генералов: Валерий Лисун, Вячеслав Мурадимов и Юрий Сабанин** (Полицейских начальников разжаловали за Орхана Зейналова // Комсомольская правда, 30.10.2013) и др.

Что подсказывает нам справочная литература?

«Практическая стилистика современного русского языка» дает следующую рекомендацию: «При обозначении существительных мужского рода престижных должностей, званий, чинов, профессий предпочтительнее употреблять количественные числительные... Употребление в таких предложениях количественных числительных подчеркивает уважение говорящего к соответствующим званиям, должностям и т.п., к лицам, носящим такие звания, занимающим такие должности.

Собирательные числительные в сочетании с указанными существительными возможны, во-первых, в контекстах констатирующего характера, например в библиографических материалах... Во-вторых, собирательные числительные возможны в ситуации, когда высокопоставленное должностное лицо не принужденно рассуждает о событиях собственной жизни...» [3, 193].

В «Справочнике по правописанию и литературной правке» Д. Э. Розенталя отмечается, что сниженный стилистический оттенок собирательных числительных препятствует их использованию в сочетании с данными существительными [4, 230].

«Стилистика русского языка» указывает на недопустимость сочетаний типа *трое министров, пятеро академиков* в книжных стилях, т.к. «собирательные числительные не сочетаются с книжными существительными, тяготеющими к официально-деловой речи» [5, 262].

С. В. Рябушкина, подчеркивая, что «в последнее время официальные лица все чаще “считаются” с помощью собирательных» числительных, объясняет расширение их сочетаемости «стилистически: “разговорность” СЧ <собирательных числительных>

постепенно исчезает, они пополняют нейтральный пласт лексики. Объяснить данную тенденцию можно и иначе, «сместив акцент: одной из особенностей современной коммуникации является снижение формальности, что обусловлено социальными процессами, прежде всего процессом демократизации общества и изменениями, происходящими в иерархии культурных ценностей» [2, 112].

Т. Е. Янко представляет семантическое объяснение. По мнению исследователя, сочетания с собирательными числительными обозначают «группу лиц, объединенных по определенному онтологическому признаку» [9, 179], а количественные сочетаются и с обозначениями человека по функции, званию. «В силу существующего устройства мира низший чин имеет больше шансов концептуализоваться как лицо, а высший — как звание... Низшие чины “человечны”, а высшие — отражение номенклатурной деятельности людей» [Там же, 174–175].

Как известно, важнейшей особенностью современной культурно-речевой ситуации является то, что для языкового сознания общества именно медиаречь воплощает представления о литературной и стилистической норме и о процессах, происходящих в языке. Если в СМИ будет наблюдаться устойчивое и частотное использование сочетаний типа *четверо школьников* и *трое генералов*, то можно предположить, что данные примеры станут новым вариантом нормативного употребления собирательных числительных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рябушкина С. В. Русские собирательные числительные как маркеры одушевленности / С. В. Рябушкина // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — 2015. — № 2 (2). — С. 527–531.
2. Рябушкина С. В. Собирательные числительные в современной русской речи: семантика и синтагматика / С. В. Рябушкина // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2014. — № 8. — С. 110–114.
3. Бельчиков Ю. А. Практическая стилистика современного русского языка: нормы употребления слов, фразеологических выражений, грамматических форм и синтаксических конструкций / Ю. А. Бельчиков. — М.: АСТ-Пресс, 2008. — 424 с.
4. Розенталь Д. Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д. Э. Розенталь; под ред. И. Б. Голуб. — 13-е изд. — М.: Айрис-пресс, 2008. — 368 с.
5. Голуб И. Б. Стилистика русского языка / И. Б. Голуб. — 3-е изд., испр. — М.: Рольф, 2001. — 448 с.
6. Щербаков Ю. И. Употребление собирательных числительных в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю. И. Щербаков. — Куйбышев, 1969. — 23 с.
7. Мельчук И. А. Поверхностный синтаксис русских числовых выражений / И. А. Мельчук. — Wien: Wiener Slawistischer Almanach, 1985. — 509 с.

8. Щенникова Е. В. Проблемы описания литературной нормы в сфере синтагматики собирательных и количественных числительных / Е. В. Щенникова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. —

2015. — № 4. — С. 254–262.

9. Янко Т. Е. Русские числительные как классификаторы существительных / Т. Е. Янко // Русский язык в научном освещении. — 2002. — № 1 (3). — С. 168–181.

*Воронежский государственный университет
Рязских Е. А., кандидат филологических наук, доцент
кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации
E-mail: kafedrastilistiki@yandex.ru*

*Voronezh State University
Ryazhskikh E. A., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Electronic Mass Media and Communication Department
E-mail: kafedrastilistiki@yandex.ru*

*Хорошунова И. В., кандидат филологических наук, доцент
кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации
E-mail: kafedrastilistiki@yandex.ru*

*Khoroshunova I. V., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Electronic Mass Media and Communication Department
E-mail: kafedrastilistiki@yandex.ru*

ЭПИТЕТ КАК ОДНА ИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ИДИОСТИЛЯ К. Г. ПАУСТОВСКОГО

Ахмед Саадун Джамил

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 июля 2023 г.

Аннотация: на примере рассказов «Дождливый рассвет» и «Ночь в октябре» рассматривается передача речевыми средствами образа природы, анализируются особенности функционирования эпитетов, характеризующих стихию воды, в идиостиле К. Г. Паустовского, выявляется их лексико-семантическое своеобразие.

Ключевые слова: К. Г. Паустовский, идиостиль, эпитет, природа, стихия, вода.

Abstract: on the example of the stories "Rainy Dawn" and "Night in October", the transmission of the image of nature by speech means is considered, the features of the functioning of epithets characterizing the element of water are analyzed in the idiostyle of K. G. Paustovsky, their lexical and semantic originality is revealed.

Keywords: K. G. Paustovsky, idiostyle, epithet, nature, element, water.

Творческое наследие К. Г. Паустовского богато и разнообразно. Исследованием его произведений в лингвистическом и литературоведческом аспектах занимались такие ученые, как Е. Богат, Н. А. Мазурова, В. Ю. Даренский, Б. Г. Михайлова, Ю. В. Курбатова, Г. Ш. Чамсединова, Т. В. Сапрыкина и проч. Однако необходимо отметить, что особенности его идиостиля, в частности на примере исследования эпитетов, изучены недостаточно.

К. Г. Паустовский в своем творчестве необыкновенно ярко изображает картины минувшего века, удивительно точно подчеркивает особенности знакомых пейзажей, детально описывает героев: их внешность, поведение, внутренний мир. Эту особенность по достоинству оценили многие его современники, например, А. Эрлих писал, что К. Г. Паустовский является истинным мастером пейзажа, он «уверенно владеет и искусством психологических описаний. Тончайшие чувства, малейшие движения человеческого сердца, едва приметные волнения души возбуждают с особой силой его авторское внимание. Он описывает их с такой же любовью и с такой же тщательностью, с какой зарисовывает грозные облака в закатный час или лесную чащу в предчувствии грозы» [1].

Художник слова стремится к тому, чтобы повествовательная и описательная части были максимально взаимосвязаны, в некоторых его произведениях, например в рассказах «Дождливый рассвет» (1945 г.) и «Ночь в октябре» (1946 г.), описательная часть даже преобладает над повествовательной. Очевидно: невозможно рассматривать творчество автора вне контекста его жизни, а для К. Г. Паустовского истинное счастье заключалось в нахождении

на родной земле, описании знакомых и любимых сердцу пейзажей: «Самое большое, простое и бесхитрое счастье я нашел в лесном Мещерском краю. Счастье близости к своей земле, сосредоточенности и внутренней свободы, любимых дум и напряженно-го труда» [2, 16].

Стремление поделиться ощущениями, вызванными нахождением на «своей земле», объясняет обильное использование изобразительно-выразительных средств, наиболее частотным из которых выступает эпитет.

Идиостиль писателя и особенности его эпохи отражаются в системе эпитетов. Отметим, что в контексте художественного произведения даже самые тривиальные определения способны приобрести свойство «поэтичности», посредством чего автор достигает определенного эмоционального эффекта, то есть реализовывает основную задачу художественного текста [3; 218, 512–551].

Обильное использование эпитетов способствует построению идиостиля, позволяющего отразить окружающую действительность сквозь призму сознания творца.

Как отмечалось выше, для К. Г. Паустовского важно описание родной земли, а именно природы. С. А. Мантрова, исследуя человека и природу в паустовской прозе, отметила: «Паустовский в большой мере опередил свою эпоху: в привычной для русского читателя "местности" художник увидел целомудренную красоту, нуждающуюся не в герое-преобразователе, а в любовном созерцании» [4, 77]. Так, писатель в своих произведениях 40-х годов пропагандирует идею сохранения природного баланса и красоты окружающего мира.

В связи с вышесказанным вполне объяснимо употребление эпитетов *родной* и *родимый* по отношению

к дорогому сердцу месту. Так, во взятых для анализа рассказах «Дождливый рассвет» и «Ночь в октябре» эпитеты *родной* и *родимый* использованы 3 раза. Несмотря на малый словоупотребительный потенциал, выбор автором данных эпитетов неслучаен и весьма красноречиво характеризует отношение как героя, так и самого автора к конкретному локусу.

В исследуемых рассказах оба героя возвращаются с войны. Разница состоит лишь в том, что Кузьмин, герой «Дождливого рассвета», прибывает на малую родину своего боевого товарища, которая сначала кажется ему *чужой* и *непонятной*, но впоследствии он испытывает искреннее желание считать ее *родной* землей, в то время как Зуев мечтает вернуться домой и попадает в свою «родную сторонку». Отметим, кроме того, что эпитеты *родной* и *родимый* употреблены в контекстах, повествующих о самых близких и любимых для каждого человека понятиях и людях — матери: «Какой воздух, *мать моя родная!*» [5, 146], доме: «Глупо... в двух шагах *от родного дома...*» [5, 149], стороне: «Разве можно пропасть ни за что *в нашей родимой сторонке?*» [5, 150]. Таким образом, можем отметить: с эпитетом *родной* К. Г. Паустовский вводит в рассказы семантику самой земли, естественного богатства края, окружающей природы, самого близкого человека. В приведенных контекстах обозначены основные оси творчества К. Г. Паустовского: в его произведениях они сплетаются в единую логическую цепь, в которой с помощью разнообразных эпитетов воспеваются красоты и богатство окружающего мира, родной культуры, любимых людей и русского языка.

В творчестве исследуемого автора употреблены разнообразные примеры эпитетов-прилагательных и образованных от них наречий. В данном исследовании наше внимание сосредоточено на эпитетах, характеризующих состояния окружающей природы, а именно на описании динамичной стихии воды.

При описании водной стихии К. Г. Паустовский особое внимание уделяет *дождю*, *реке*, эпитетам, производным от данных существительных и их описывающих. Автор использует пейзажные эпитеты с целью формирования образа родного края, раскрытия чувств героя, описания времени и места действия. Не вызывает сомнений, что лексемы *вода*, *река* и *дождь* обладают для писателя особым значением: эпитет *дождливый* вынесен в заглавие, которое всегда находится в сильной позиции, а название второго рассказа «Ночь в октябре» вызывает ассоциации, напрямую связанные в русском языковом сознании с дождем или снегом — одним из агрегатных состояний воды. Отражение чего мы находим в фольклоре: «Плачет октябрь *холодными слезами*», «В октябре в одночасье и *дождь* и *снег*», «*Осенний дождь* мелко сеется, да долго тянется».

В творчестве К. Г. Паустовского водный эпитет выполняет сюжетобразующую функцию, дублирует

состояния и душевные волнения героев, предвещает и сопровождает судьбоносные повороты. Наиболее широко используются во взятых для анализа текстах прилагательные и наречия, от них образованные, выступающие как признаковые единицы с сигнификатными и предикатными значениями. За основу мы взяли разделение, предложенное А. И. Шраммом [6]. Эпитеты исследуемых текстов мы разбили на лексико-семантические группы прилагательных и наречий.

Эмпирические, обозначающие признаки, воспринимаемые органами чувств. К ним относятся эпитеты, обозначающие:

1. Зрительное восприятие.

1) свет и цвет: *серые* волны, вода *тускло* отсвечивала, *неясная* полоса воды, *черная* вода, *черная* ночная беда (о воде), какой-то *черный широкий* водопад, *мутные* волны, *мутная* вода (2 раза);

2) размер, длину, величину: *крупный* и *сильный* ливень, Ока казалась очень *широкой*, *широкая* тихая Висла, *неясная* и *широкая* полоса воды, какой-то *черный широкий* водопад, вода *узкими* языками заплескивала;

2. Слуховое восприятие.

1) семантику звукопроизводства: *однотонно* шумел дождь, *широкая тихая* Висла, *тихое* и *заглохшее* русло Оки;

3. Тактильное восприятие

1) тепловые свойства предметов или явлений: от воды становилось *холодней*;

2) признаки, обусловленные наличием/отсутствием влаги: *скользящая* лестница, *мокрые* заборы, *мокрый* куст сирени, *мокрая* от дождя трава, *мокрая* ветка, *мокрые* пряди волос, *сырой* песок, *сырой* мрак, *сырой* настил.

Рациональные эпитеты возникают на основе умозаключений и логических выводов, органы чувств не задействованы. Это лексемы, обладающие следующей семантикой.

1) возраст: *старое* русло, *старое* русло Оки;

2) интенсивность и скорость описываемого явления: *крупный* и *сильный* ливень, вода шла *сильно*, *сильных* осенних дождей, *слабый* дождь, *во весь размах* реки, *стремительно* уносятся течением, *быстро* подымается вода, *быстро* прибывает вода;

3) последствия действий, производимых водной стихией: *гнилые* ступеньки, *затопленные* низинки, *затопленные* луга;

4) семантические преобразования, возникшие на базе различных ассоциаций: *тяжелые* капли, *тяжелый* плеск, капли *тяжело* стучали;

В отдельную группу вынесен **относительные** имена прилагательные, связанные со значением водной стихии. В большинстве случаев они обладают денотативным, идентифицирующим значением, характеризуя природу в соответствии с годовым или суточным циклом, связывая с погодными условиями или временными границами: *осенний* разлив, *осенние*

дожди, пасмурные и осенние дни, ночь дождливая, дождливое небо, дождливые дали, дождевая туча, пасмурные дни; в соответствии с близостью или отношением к какому-то месту: речная сырость, заречные луга, заречная сторона, речная вода, морская семья.

Заклучим: при создании пейзажей, где неоспоримую доминанту составляет водная стихия большей частью, наиболее широко представлены эпитеты, обозначающие зрительно воспринимаемые признаки предмета. Это отражает особенности русской языковой системы в целом, так как среди качественных это «наиболее многочисленный и разветвленный род прилагательных» [6, 24]. Кроме того, употреблению воспринимаемых зрением эпитетов способствует сходство словесного пейзажа с живописным, многочисленность и разветвленность этого рода прилагательных в русском языке. Следующими по значению и частоте употребления выступают эпитеты, обозначающие аудиальные и тактильные ощущения героев. Аудиальные эпитеты в основном обозначаются синтетически — непосредственным указанием на конкретный источник и образ действия.

Отметим: при выборе данных эпитетов К. Г. Паустовский не только придерживается традиционных подходов к метафоре, но и вносит собственные индивидуально-авторские компоненты значений. Одной из особенностей употребления данных средств речевой выразительности выступает то, что они образованы на базе всех семантических типов лексико-грамматических разрядов имен прилагательных, качественных и относительных в прямом и переносном значениях. Проанализировав рассказы, выявляем, что при описании водной стихии автор в пределах вышеобозначенных лексико-семантических групп чаще всего использует одиночные эпитеты: «— Ночь дождливая — самый крепкий сон» [5, 134], «В темноте перешептывался *слабый* дождь. В жестяном желобе торопливо стучали *тяжелые* капли.» [5, 136], «По правую руку потянулось *заросшее* озеро. Вода в нем *тускло* отсвечивала» [5, 146], реже, но тоже часто — парные: «Один только раз ветер прошел по саду, и весь он зашумел, будто над ним пролился и тотчас стих *крупный и сильный* ливень» [5, 142], «В конце сада был обрыв над рекой, а за обрывом — *пред-рассветные дождливые* дали, тусклые огни бакенов внизу, туман, вся грусть летнего ненастья» [5, 142], «Мы должны были пересечь луговой остров шириной в шесть километров, потом перейти по старому мосту через второе — *тихое и заглохшее* — русло Оки, а за ним, за песками, уже лежало Заборье» [5, 146], в единичных случаях встречаются цепочки: «Я греб изо всех сил, но мне казалось, что лодка не только не продвигается, но что ее сносит *к какому-то черному широкому* водопаду, куда низвергается вся *мутная* вода, и тьма, и вся эта ночь» [5, 151].

Приведенные эпитеты являются стандартными общезыковыми атрибутивными единицами, отсю-

да — простой, понятный язык повествования, окказиональных эпитетных образований при проведении исследования выявлено не было.

Особенность идиостиля К. Г. Паустовского заключается в обильном использовании эпитетов многих лексико-семантических групп, здесь следует отметить не только семантическое разнообразие, но и количественное употребление — редки строки его произведений, не заключающие в себе эпитета.

Водные образные прилагательные, выступающие объектом настоящего исследования, передают не только особенности пейзажа, но и способны охарактеризовать героев. Так, например, лексема *дождь* в исследуемых произведениях напрямую связана с образом природы и понятием жизни, которая в свою очередь связана для Кузьмина с любовью. Именно поэтому приезд главного героя сопровождал «*моросящий дождь*» [5, 129]. Ничего удивительно нового не происходило в жизни главного героя, однако предвестником перемен выступил именно этот дождь, поскольку *моросить*, по С. И. Ожегову, — «накрапывать мелкими каплями» [7, 340], то есть начинаться. Так, с помощью эпитета *моросящий* читатель понимает, что в судьбе главного героя наметились перемены. Неслучайно в христианской традиции образ воды связан с обновлением души.

Сему динамичности лексема *дождь* не теряет на протяжении всего рассказа, однако в зависимости от того, какие эпитеты ее окружают, она приобретает различные значения. Так, при движении по незнакомому городу главного героя сопровождал дождь, который «в старых ветлах *сонно шумел*, стекла с листьев» [5, 132]. Здесь дублируется душевное состояние героя. Кроме того, с помощью эпитета *дождливый* изображено состояние размеренной жизни, стройного, спокойного уклада, протекающих в доме Ольги Андреевны: «— Ночь дождливая — самый крепкий сон» [5, 134]. Таким образом с помощью эпитетов, искусно подобранных К. Г. Паустовским, мы наблюдаем амбивалентность дождя: с одной стороны он несет сему динамичности, с другой — отражает размеренное течение жизни и сложившийся уклад.

Таким образом, отметим, что именно в эпитете проявляется отношение говорящего к предмету повествования, образное прилагательное акцентирует выразительные особенности идиостиля К. Г. Паустовского. Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов.

В творчестве анализируемого автора эпитеты сплетаются в неразрывную нить, с помощью которой воспеваются красоты и богатство окружающего мира, родной культуры и русского языка.

Большую часть рассказов «Дождливый рассвет» и «Ночь в октябре» составляют описания природы России, в которых ведущая роль отведена эпитетам, характеризующим динамичную стихию воды. Они были разделены на лексико-семантические группы,

входящие в состав эмпирических эпитетов и обозначающих зрительное восприятие, слуховое и тактильное восприятие; рациональных эпитетов, обозначающих возраст, интенсивность и скорость описываемого явления, последствия действий, производимых водной стихией, Семантические преобразования, возникшие на базе различных ассоциаций; отдельную группу составляют относительные имена прилагательные.

При описании стихии воды К. Г. Паустовский чаще всего использует одиночные эпитеты и парные эпитеты, пример употребления цепочки эпитетов единичен.

Так, анализ эпитетов отражает типологическое разнообразие и максимальную востребованность данного вида тропа в рассказах К. Г. Паустовского.

ЛИТЕРАТУРА

1. Высказывания современников о Паустовском. — Режим доступа: <http://paustovskiy.niv.ru/paustovskiy/bio/sovremenniki.htm> (дата обращения: 26.05.23).

*Воронежский государственный университет
Ахмед Саадун Джамил, соискатель кафедры общего
языкознания и стилистики
E-mail: charykova@phil.vsu.ru*

2. Паустовский К. Г. Собрание сочинений в шести томах. / К. Г. Паустовский. — Т. 1. — М.: государственное издательство художественной литературы, 1958. — 665 с.

3. Кожевников В. М., Николаев П. А. Литературный энциклопедический словарь / под ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. — М., 1987.

4. Мантрова С. А. Человек и природа в прозе К. Г. Паустовского 1910–1940-х годов: типология героя, специфика конфликта, проблема творческой эволюции: дис. ... канд. филол. наук / С. А. Мантрова. — Тамбов. 2010. — 239 с.

5. Паустовский К. Г. Собрание сочинений в шести томах. К. Г. Паустовский. — Т. 5. — М.: Государственное изд-во художественной литературы, 1958. — 663 с.

6. Шрамм А. Н. Очерки по семантике качественных прилагательных А. Н. Шрамм. — Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1979. — 134 с.

7. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — М.: Азбуковик, 1999. — 944 с.

*Voronezh State university
Ahmed Saadoun Jamil, candidate of the Department of
General Linguistics and Stylistics
E-mail: charykova@phil.vsu.ru*

ВОСПИТАНИЕ «ИСТИННЫМ ХРИСТИАНСТВОМ» (СВЯТИТЕЛЬ ТИХОН ЗАДОНСКИЙ И Н. С. ЛЕСКОВ)

Л. Г. Сатарова, Н. В. Гречушкина, Н. В. Стюфляева

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

Поступила в редакцию 2 июня 2023 г.

Аннотация: в статье рассмотрены связи творений святителя Тихона Задонского с религиозно-нравственными исканиями Н. С. Лескова, проведен сопоставительный анализ рассказов «Леди Макбет Мценского уезда» и «Очарованный странник», сделан вывод о духовной преемственности идей святителя Тихона и их преломлении в художественном мире писателя.

Ключевые слова: «истинное христианство», святитель Тихон Задонский, Н. С. Лесков, добро, зло, грех, искушение, покаяние, жертвенность, красота, подвиг.

Abstract: the article examines the connections of the works of St. Tikhon of Zadonsk with the religious and moral quest of N. S. Leskov, a comparative analysis of the stories “Lady Macbeth of the Mtsensk district” and “The Enchanted Wanderer” is carried out, a conclusion is made about the spiritual continuity of the ideas of St. Tikhon and their refraction in the writer’s artistic world.

Keywords: “true Christianity”, St. Tikhon of Zadonsk, N. S. Leskov, good, evil, sin, temptation, repentance, sacrifice, beauty, feat.

В 2024 году исполняется 300 лет со дня рождения святителя Тихона Задонского — великого Задонского светильника, оказавшего сильнейшее влияние на духовную составляющую литературного процесса «золотого» XIX века. Это влияние сказалось и на творчестве Н. В. Гоголя, и Ф. М. Достоевского, и А. Н. Островского, и Л. Н. Толстого и мн. др. В данной статье речь пойдет о связях художественного мира Н. С. Лескова с традициями богомыслия святого, заложенными в его главном итоговом труде «Об истинном христианстве».

Святитель Тихон оставил нам в наследство не только свое учение о грехе и добродетели, но и образец жития, которое оказалось необычайно близким русскому народу, воспринимавшему его как ходатая и заступника за всех униженных и оскорбленных. Все-народным торжеством стало прославление святого в 1861 году. И. С. Никитин писал: «Не только Воронеж, но и вся губерния оживились и наполнились сотнями тысяч богомольцев, шедших и ехавших со всех концов России. Не говоря о Задонске: топографически он почти не существовал. Восемьдесят четыре версты, отделяющие этот городок от Воронежа, представляли сплошную улицу, по которой стремились волны народа. Ни с чем нельзя было сравнить этой картины, единственной в своем роде!» [1, 9].

Уникальным являлся и интерес общественности к изданию трудов святителя Тихона: его пятнадцати-

томное собрание сочинений в 60 раз превосходило тираж произведений А. С. Пушкина. Можно сказать, что сочинения святого явились настольной книгой большинства русских писателей. Однако в преддверии юбилея следует признать, что комплексное исследование проблематики, связанной с наследием святителя Тихона Задонского и творчеством великих русских мастеров слова, остается делом будущего. Данная статья представляет одну из попыток заполнить эту лауну современного литературоведения.

Н. С. Лесков в своих «картинах с натуры» «Мелочи архиерейской жизни» размышляет о том, какой же идеал архиерея сложился в народном мнении о церковных деятелях: «Русский народ любит глядеть на пышность, но уважает **простоту**, и кто этого не понимает или небрежет его уважением, тем и он платит неуважением же...» «Любление» пышности архиерейской стоит не высокой цены и выражает совсем не то, что думают некоторые стоятели за эту пышность. Она скорее всего просто следствие привычки и, может быть, вкуса, воспитанного византизмом и давно требующего перевоспитания **истинным христианством**. Тот же самый народ, которому будто бы нужна пышность, узнав о таком «простом владыке», как живший в Задонске Тихон, еще при жизни этого превосходного человека оценил его дух и назвал его **святым**. Этот самый народ жаждал слова Тихона и слушался этого слова более, чем всяких иных словес владык пышных» [2, 388].

На наш взгляд, эти размышления Н. С. Лескова могут послужить ключом к пониманию того, как

идеи, образы и мотивы трудов святителя преломись в художественном мире писателя.

Общеизвестно, что Н. С. Лесков как бы странствует в многообразии человеческих типов и характеров, выведенных на страницах его произведений. Для анализа заявленной в статье проблемы возьмем два наиболее популярных рассказа, которые могут представлять «визитную карточку» Н. С. Лескова. Это «Леди Макбет Мценского уезда» и «Очарованный странник».

В первом рассказе, который сам писатель определил как очерк, Н. С. Лесков изобразил отрицательный женский тип, который воплощает собой абсолютное зло. Катерина Измайлова подменила в своей душе образ и подобие Божие на идол любовной страсти, которая требовала все новых и новых кровавых жертв (совсем в духе языческих верований). Вместе со своим любовником она — чтобы быть рядом с предметом обожания — убивает свекра, мужа и его племянника, а в финале — и себя, и свою соперницу. По замечанию автора, она была «странной женщиной». Однако, по свидетельству Тихона Задонского, страсти есть внутренние идола в *сердце* человека: «И тако, хотя не преклоняешь колен языческим богам, не простираешь рук им, не приносишь кадила; но когда волю бесовскую, в которой через страсти наши убеждает, исполняешь, столько иных богов считаешь, сколько страстей совершаешь» [3, 989].

Н. С. Лесков мастерски реализует этот тезис в художественной ткани своего рассказа. Катерина Измайлова не была злой по своей природе, но она — ложная христианка, которая уверена, что молитва к Богу и совершенные ею преступления вполне совместимы, могут ужиться в одной человеческой душе. А ведь нераскаянное нарушение важнейшей заповеди «не убий» делает человека неизлечимо больным, и бесы радуются, что нашли себе такое надежное прибежище.

Н. С. Лесков показывает, как уже не один бес, а легион бесов управляет волей Измайловой. Если обратить внимание на характеристики героини в момент совершения убийства, то поражает ее ледяное спокойствие, которое роднит ее с образом Ставрогина из романа Ф. М. Достоевского «Бесы».

Собираясь избавиться от мужа, Катерина демонстрирует полное самообладание: она жестока, равнодушна и расчетлива, и на просьбу мужа умереть христианином, разумеется, никак не реагирует. Эта смерть без исповеди и причастия — не случайная, многозначная деталь повествования, она роднит жертву Измайловой с той ситуацией из «Очарованного странника», когда Флягин убивает без покаяния старого монаха.

Еще более показателен эпизод убийства Феди, который перед смертью читал Патерик: «Катерина Львовна подперлась рукою и стала смотреть на шевелящего губами Федю, и вдруг словно демоны с цепи

сорвались, и разом осели ее прежние мысли о том, сколько зла причиняет ей этот мальчик и как бы хорошо было, если бы его не было.

«А ведь что, — думалось Катерине Львовне, — ведь больной он; лекарство ему дают... мало ли что в болезни... Только всего и скажу, что лекарь не такое лекарство потрафил» [4, 189].

В противовес одержимости Измайловой бесами Федя читает житие своего ангела, святого Феодора Стратилата. Но и образ больного воцерковленного ребенка не останавливает убийц. Страсть Катерины к Сергею, страсть последнего к богатству совершенно заглушают голос совести, который является гласом Божиим в человеке. Дьявол победил в душе Катерины и тогда, когда Сергей чистосердечно раскаялся в содеянном: грядущий страшный суд для него стал реальнее, чем мечты о земных сокровищах. Сергей назвал молодую хозяйку своей сообщницей, чем вызвал в ней «немое изумление». «Окаменность» ее сердца, упорство во грехе народ уездного города связывает с ее расцерковлением и вызовом всему божественному миропорядку. Горожане ставят точный диагноз ее душевному состоянию: «Что церковь! Столь скверная бабенка испаскудилась, что уж ни Бога, ни совести, ни глаз людских не боится» [4, с. 194].

Интересно, что народное мнение больше сочувствовало Сергею в его несчастье, чем Катерине Львовне, а та, в свою очередь, оказалась совершенно равнодушной к судьбе собственного ребенка. Измайлова оказалась равнодушной и к собственной жизни, при этом успев погубить соперницу. Таким образом, художественное исследование любовной страсти и греха прелюбодеяния было совершено в очерке Н. С. Лескова по канонам святоотеческих понятий о том, что человеку невозможно справиться самому, без таинств и поддержки Церкви как душевной лечебницы, с дьявольскими кознями, которыми переполнен земной мир.

Святитель Тихон Задонский так писал об этом: «Что госпиталь есть больным, тое церковь святая есть христианам, духовно болящим. В госпиталь больные входят дверьми, в церковь святую болящие духовно входят *верою и крещением святым*. В госпиталь того ради входят больные, чтобы исцелиться от болезни, и тако здравие получить; в церковь святую того ради входят болящие духовно, чтобы исцелиться от болезней душевных и тако спасенными быть. В госпитале имеется лекарь, который больных посещает, смотрит и лечит; в церкви святой Врач есть Христос, Который христиан, духовно болящих, посещает и врачует. В госпитале болящим лекарь запрещает все то, что лекарству его, больным подаваемому, препятствия чинит; в церкви святой находящимся христианам от всего того воздерживаться повелевает Христос, что душевному их исцелению и получения вечного спасения препятствует... Нет таких грехов,

которых не исцеляла Церковь» [3, 1158].

В «Очарованном страннике» встречаются сюжетные ходы, которые дублируют «Леди Макбет Мценского уезда». Иван Флягин совершает несколько убийств, покушается на самоубийство, но он «обещанный Богу сын» и ведется Божьим Промыслом в монастырь, где пытается спастись от дьявольских соблазнов.

Его путь к «истинному христианству» совершается под знаком постепенного освобождения от земных страстей и теплохладности в вере. В самом названии этой повести-притчи соединились два противоположных начала. По христианским представлениям, странничество — это особый подвиг, движение человека по дороге познания Бога как обретения смысла земного существования. Но Иван Флягин — «очарованный» странник, то есть герой, подверженный суетным земным устремлениям, которые пытаются уловить человека в губительные для его души мирские сети. Флягин — страстный человек, подверженный стихийным порывам широкой русской природы. Его любовь к лошадям — почти страсть, именно «форейторское озорство» и сыграло с Иваном злую шутку. Из озорства он убивает старого монаха. Пусть это совершено невольно, но Флягин равнодушно относится к своему смертному греху, да и забыл бы его, если бы монах не стал являться ему в сновидениях, укоряя его в том, что он умер без покаяния. Сам Флягин не испытывает никакого сокрушения по поводу несчастья, но монах пробуждает в нем совесть, и она начинает в нем «работать» в направлении прямо противоположном тому, что мы видим в судьбе Измайловой. Не случайно Н. С. Лесков назвал свою героиню «леди Макбет». Вся судьба ее выстраивается под знаком удовлетворения похотей собственного «Я», где в жертву на алтарь страстей человек способен принести весь мир. Это следствие эвдемонического подхода Запада к собственной личности как центру вселенной. В границах этого ценностного базиса жертва собой ради ближнего — нонсенс, она бессмысленна, потому что не связана с культом удовольствия и плотского наслаждения. Флягин — русский человек не только потому, что он любит Родину, воспринимает ее как святую Русь, он способен на прямо противоположное тому, что диктует человеку западная цивилизация, — бескорыстную жертву ради ближнего. Спасая господ от страшной гибели в пропасти, Голован не воспринимает свой поступок как героический: «Мне надо было бы этим случаем графской милости пользоваться, да тогда же, как монах советовал, в монастырь проситься; я сам не знаю, зачем себе гармонию выпросил и тем первое самое призвание опроверг и оттого пошел от одной стражи к другой, все более и более претерпевая, но нигде не погиб, пока все мне монахом в видении предреченное в настоящем житейском исполнении оправдалось за мое недоверие» [4, 277].

Иван Флягин преодолевает одно «очарование» земных соблазнов за другим на пути странствования к Истине, у него случается очередное убийство, когда он до смерти заporол татарина. Убийство тоже как бы невольное: они бились в открытом бою. Если бы герой не убил азиата, то сам бы стал жертвой и был бы заporот. Однако показательно другое: как Флягин вспоминает об этом, рассказывая свою повесть слушателям. Те спрашивают:

«— Как заporоли, неужто до смерти?»

— Да-с, он через свое упорство да через политику так глупо себя допустил, что его больше на свете не стало, — отвечал добродушно и бесстрастно рассказчик и, видя, что слушатели все смотрят на него, если не с ужасом, то с немым недоумением, как будто почувствовал необходимость пополнить свой рассказ пояснением» [4, 298].

Действительно, создается впечатление, что грех лишения человека жизни не осознается героем как преступление заповеди, вызывающей пожизненное сокрушение. Сначала Флягин совершает геройский поступок, но он для него — норма жизни, а не подвиг; потом он совершает злобное дело и не чувствует себя виноватым. Добро и зло уравниваются в его душе, между ними нет онтологического противостояния, а это не христианская, а языческая позиция. Герою суждено пройти дальнейшие искушения, чтобы обрести, наконец, четкие границы между Богом и дьяволом.

Наиболее влекущие «чары» земного существования у него связаны с любовной страстью к женщине. Очарование цыганскими песнями и вольным цыганским миром традиционно в русской культуре занимали особое место. Достаточно вспомнить пушкинского Алеко, толстовского Федю Протасова и многих других. Груша появляется в жизни Флягина, оваянная атмосферой магнетического колдовского наваждения. Характерен ее портрет, данный в восприятии Флягина: «...даже нельзя описать ее как женщину, а точно будто как яркая змея, на хвосте движет и вся станом гнется, а из черных глаз так и жжет огнем. Любопытная фигура! А в руках она держит большой поднос, на котором по краям стоят много стаканов с шампанским вином, а посреди нее куча денег страшная» [4, 336].

Красота Груши совершенно завораживает и гипнотизирует Флягина, он теряет свою волю и растворяется в поклонении этому новому кумиру: «А я ей даже отвечать не могу: такое она со мною сделала! Сразу, то есть как она передо мною над подносом нагнулась и я увидал, как это у нее промеж черных волос на голове, будто серебро, протор вьется и за спину падает, так я и *осатанел*, и весь ум у меня отняло ... “Вот она, — думаю, — где настоящая-то красота, что природы совершенство называется; магнетизер правду сказал: это совсем не то, что в лошади, в продажном звере”» [4, 336].

В воспоминаниях Ивана Северьяныча о «пленении» его женщиной выявляется темный, inferнальный смысл любви как страсти, приносящей страдания и мучения, поскольку она — от лукавого: «Она на меня плывет, глаза вниз опустила, как змеища-горынище, ажно гневом землю жжет, а я перед ней просто в подобии беса скачу, да все, что раз прыгну, то под ножку ей мечу лебеда... Сам ее так уважаю, что думаю: не ты ли, проклятая, и землю и небо сделала?» [4, 340].

Адская картина погружения человека в бездну греховной страсти представлена Н. С. Лесковым более чем убедительно. Но своей кульминации поглощенность человеческой воли дьяволом достигает в эпизоде убийства Груши. Хотя герой и называет ее сестрицей, а она его братом, в сознании странника происходит та же подмена Божественной любви человеческими несовершенными отношениями, что и в судьбе Катерины Измайловой. Цыганка берет с него клятву, что герой убьет ее из-за жалости к ней, поскольку она сама лелеет мстительные замыслы. Возникает вопрос: почему же Груша сама не покончила жизнь самоубийством? Потому что лукавая неправда всех этих внебрачных союзов притягивает к себе, как мирская сеть, в погибель все большее количество людей. Вот и Груша в вечности хочет предстать как мученица, обмануть Бога, а вся вина в очередном убийстве ляжет на Флягина. Таким образом, Н. С. Лесков констатирует, что духовные законы жизни непреклонны: нераскаянные грехи плодят новые в геометрической прогрессии.

И Флягин вновь совершает убийство. Возникает центральный вопрос повести: а являются ли христианами герои Н. С. Лескова? Или они — язычники, маскирующиеся под общепринятые нормы христианской морали? Это тот же самый вопрос, который всю жизнь волновал святителя Тихона Задонского и подвиг его на создание главного капитального труда — «Об истинном христианстве». Концепция его учения, если кратко, состоит в следующем: «Кто волю Божию творит и верою последует Аврааму, отцу верных, — чадо Авраамле есть, последовательно Божие чадо и раб Божий есть; а кто дьявольскую волю в делах его злых творит, дьявольский раб есть. Да не прельщает убо тебе, христианине, имя христианское без жития христианского. **Ложное бо есть христианство без дел христианских, и такому христианину ничего не воспользует, но паче большую принесет пагубу.** Христианин тот Богу верный раб, который верно Ему работает» [3, с. 1066].

По Божьему Промыслу Флягин оказывается в монастыре, но это отнюдь не совпадает с разрешением всех его жизненных противоречий, начинается духовная брань, требующая многолетнего упорного труда над собственной душой. Стремительной победы человека над дьяволом не бывает, потому что ему необходимо познать самого себя. Флягин про-

являет нетерпение, которое реализуется в его причудливых «срывах». Как известно, в борьбе с бесами помогают пост и молитва, но «очарованный странник» набрасывается на нечистого с топором, а вместо него оказывается, что он напал на монастырскую корову. Его поступок отец игумен справедливо оценивает как следствие малого хождения в церковь, и ему определяют послушание смотреть за подсвечником. Флягин и здесь проявляет свой строптивый характер: опрокидывает свечи во время всеобщей молитвы. Сидя в погребке, Флягин начинает молиться о ниспослании благодати для усовершенствования своего духовного устройства. Тут-то и посылается ему возможность прочитать житие преподобного Тихона Задонского, которое произвело на него сильнейшее впечатление: «и начитал я сначала у преподобного Тихона, как посетили его в келье Пресвятая Владычица и святые апостолы Петр и Павел. Писано, что угодник Божий Тихон стал тогда просить Богородицу о продлении мира на земле, а апостол Павел ему громко ответил знамение, когда не станет мира, такими словами: «Егда, — говорит, — все рекут мир и утверждение, тогда нападает на них внезапно всегубительство»» [4, 372].

Этот эпизод из жития святителя Тихона Задонского был настолько близко к сердцу воспринят Флягиным, что он «исполнился страха за народ свой русский и начал молиться» и всех других увещевать делать то же самое, чтобы под ноги православного нашего царя покорились враги и супостаты. Его «пророчества» были неоднозначно восприняты в монастыре, и ему был определен путь дальнейшего странствия. Но в финале его путь странника имеет уже вполне осознанный характер: он идет на богомолье на Соловки. С помощью святителя Тихона Задонского герой Н. С. Лескова обрел внутри себя идейный и духовный стержень противостояния злу. У него возникло заветное желание положить душу за други своя: «...мне за народ очень помереть хочется».

Так реализовалась в художественной ткани «Очарованного странника» высказанная Н. С. Лесковым мысль о том, что «народ ждал слова Тихона и слушался этого слова более, чем всяких иных словес владык пышных» [2, 388]. Желание подвига, вызванного жертвенной христианской любовью, составило итог исканий простого русского человека, Ивана Флягина, и эта истина была обретена им с помощью великого задонского Святителя земли Русской.

ЛИТЕРАТУРА

1. Святитель Тихон Задонский и пути развития русского богословия, культуры, образования: материалы Международной научно-практической конференции (г. Липецк, 10 декабря 2021 г.) / Под ред. протоиерея О. Е. Безруких, Н. В. Стюфляевой. — Липецк: ЛГПУ имени П. П. Семенова-Тянь-Шанского, 2022. — 318 с.
2. Лесков Н. С. Собрание сочинений: в 5 т. / Н. С. Ле-

сков.— М.: Правда, 1981.— Т. 3.— 496 с.

3. Иоанн (Маслов), схиарх. Симфония по творениям святителя Тихона Задонского / Схиархимандрит Иоанн

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

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

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

E-mail: natgrech@yandex.ru

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

E-mail: stuf77@mail.ru

(Маслов).— М.: ООО Самшит, 2000.— Т. 3.— 1199 с.

4. Лесков Н. С. Леди Макбет Мценского уезда / Н. С. Лесков.— М.: Эксмо, 2007.— 640 с.

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

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

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

E-mail: natgrech@yandex.ru

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

E-mail: stuf77@mail.ru

ТЕЗАУРУС СОВЕТСКИХ ИНАКОМЫСЛЯЩИХ 1970-Х ГОДОВ

Е. Г. Серебрякова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 июля 2023 г.

Аннотация: в статье исследованы механизмы функционирования наиболее частотных элементов в языковом строе советских инакомыслящих 1970-х годов. Автор отмечает, что «свобода» является ключевым понятием в тезаурусе сообщества, с помощью него происходит идентификация себя и единомышленников, конструируется картина мира. Категории «свой», «чужой», «чуждый», лежащие в основании тезауруса, имеют закреплённую семантику: «чуждый» адресуется советскому государству, «свой» — ценностная система русской и мировой культуры. «Чужой» в значении «другой» закрепляется за западной культурой.

Ключевые слова: инакомыслящие, либеральная советская интеллигенция, тезаурус, «я выбираю свободу», «свободные люди в несвободной стране», «жить так, как будто никакой советской власти не существует», «унести Россию на подошвах сапог».

Abstract: the article explores the mechanisms of functioning of the most frequent elements in the linguistic structure of Soviet dissidents in the 1970s. The author notes that a key concept in the thesaurus of the community is «freedom», as it helps to identify oneself and like-minded people, and construct a picture of the world. The categories «ours», «foreign», and «alien», underlying the thesaurus, have fixed semantics: «alien» is addressed to the Soviet state, and «ours» is the value system of Russian and world culture. «Alien» in the sense of «other» is assigned to Western culture.

Keywords: dissenters, liberal Soviet intelligentsia, thesaurus, «I choose freedom», «free people in a not-free country», «live as if no Soviet power exists», «carry Russia on the soles of boots».

Понятие «тезаурус», первоначально использованное в лингвистике и семиотике, с 1990-х годов прочно вошло в обиход многих гуманитарных дисциплин. В культурологии тезаурус — «полный систематизированный свод освоенных социальным субъектом знаний, существенных для него как средство ориентации в окружающей среде, а сверх этого также знаний, которые непосредственно не связаны с ориентационной функцией, но расширяют понимание субъектом себя и мира» [1, 67]. Очевидно, что социальным субъектом может выступать не только индивид, но и сообщество, осознавшее себя как целостность и единство. Таким образом, в основе тезауруса лежит не только картина мира и способы его объяснения, интерпретации и нарративизации действительности, но и модели самоидентификации, принятые в обществе и закреплённые в речи.

Правила тезаурного метода, по В. А. Лукову, предполагают выявление некоторых целостных фрагментов реальности, в отношении которых проявляется взаимодействие понимания картины мира и интерпретационных схем, применяемых субъектом для проектирования своего жизненного мира под влиянием означенных фрагментов как освоенных, понятных [2, 21].

Первоэлементы тезауруса «свой», «чужой», «чуждый» выступают как культурные разделители, не зависящие от пространственно-временных реалий [3, 178], помогают представителям различных сообществ оценивать действительность и безошибочно распознать единомышленников.

Инакомыслие, или свободомыслие традиционно входило в аксиологию либеральной российской и советской интеллигенции и определяло способы объяснения общественно-политических событий, формировало специфику социальных действий и языковую практику. При этом критическая оценка власти не всегда реализовывалась в открытое социальное противостояние, но непременно фиксировалась в тезаурусе.

Задача данной работы — выявить частотные речевые обороты, использованные в повседневной и профессиональной практике инакомыслящих, с помощью которых производилась не только оценка действительности, но и самоидентификация.

Хронологические рамки — 1970-е годы — объясняются несколькими причинами:

1. Инакомыслие либеральной советской интеллигенции стало общественным явлением, фактом, с которым властям приходилось считаться.

2. Противостояние оппозиционной интеллигенции и власти обрело дополнительные институциональные формы: в 1967 г. создано 5 Управление КГБ,

специализирующееся на борьбе с идеологическими диверсиями, более 40 статей УК РСФСР носило «анти-диссидентский» характер. Оппозиционное движение ответило активным привлечением международной общественности к защите инакомыслящих в СССР, созданием совместных международных комитетов, расширением сети сам- и тамиздата. Крайним вариантом взаимного нетерпения оказывалась эмиграция, вынужденная или добровольная.

3. По мере ожесточения противостояния происходило структурирование радикального варианта инакомыслия — диссидентства, с его последующим размежеванием на течения и направления (националистов, «религиозников», «свободные профсоюзы», художественный андеграунд и проч.) и, вместе с тем, усиливалась герметизация сообщества, что неизбежно фиксировалось в тезаурусе, окончательно сформированном именно в это десятилетие.

Рассмотрим некоторые речевые клише, циркулирующие в сообществе для самохарактеристики и определения поведенческой модели.

«Свободные люди в несвободной стране». Этот оборот стал знаковым для характеристики жизненной позиции инакомыслящих. Мы встречаем его в многочисленных воспоминаниях. Например, А. Амальрика, В. Буковского, П. Вайля и А. Гениса [4] и многих других. Построенный на антитезе государственной несвободы и личной свободы, он отражает бинарность мировосприятия — свойство, оцененное Ю. Лотманом и Б. Успенским как типологическое качество русской культуры [5, 3–36]. Социальные психологи (Г. М. Андреева, А. Я. Анцупов, С. Н. Ениколопов, А. И. Шипилов и другие) [6] объясняют формирование бинарного мировосприятия вовлеченностью людей в конфликт. По мере обострения противоборства стороны занимают все более категоричные и однозначные позиции, что свидетельствует об их непримиримости. Суждения конфликтологов объясняют причину демонстративной бинарности мировосприятия инакомыслящих.

При этом если категория «несвободная страна» имеет очевидный социально-политический смысл, то в понятии «свободные люди» акцент смещен к экзистенциальному толкованию. Декларируется позиция внутренней свободы, то есть независимость от идеологического диктата, манипулятивных практик государства, бескомпромиссность, отказ подчиняться советским моделям поведения и правилам советского общежития.

Необходимость построить альтернативные варианты жизненных сценариев зафиксирована в постулате «Жить так, как будто никакой советской власти не существует». Тезис, многократно растиражированный применительно к деятелям культуры. Например, Г. Морев [7] применяет эту формулу к Бродскому, указывая, что именно эта внеполитическая позиция привела его к эмиграции, В. Буков-

ский — в отношении писателя В. Тарсиса: «... жил совершенно так, как будто никакой советской власти не существует» [8, 227]. Вариант предложила Р. Орлова: «По-настоящему свободен тот, кто может жить так, будто никакого КГБ не существует» [9, 216]. Это ситуативное уточнение вызвано сюжетом о роли КГБ в репрессиях в адрес неконформистов.

Как реализовать эту максимум? Вариант автономного от власти существования каждый искал сам. Буковский описывает поведение оппозиционного писателя так: «Тарсис давал интервью, пресс-конференции, почти открыто отправлял за границу новые рукописи, даже машину себе купил — на зависть всему писательскому дому, в котором продолжал жить».

И валом валил к нему народ, в особенности же корреспонденты и иностранные туристы, — посмотреть на восьмое чудо света. Буквально все, затаив дыхание, ждали: когда же этого Тарсиса арестуют, задавят машиной или распнут на кресте...» [8, 227]. Демонстративный вариант оппозиционности, так восхищавший Буковского, имел провокационную цель и принес Тарсису желаемый результат: в 1966 г он был выслан из СССР. Скандальная репутация обеспечила гонимому литератору на Западе теплый прием, но не литературный успех: из 12-томного собрания сочинений, написанного за рубежом, опубликовать удалось лишь 4 романа. Показательно, что, провозглашая духовную свободу от марксистской идеологии, демонстративно нарушая правила поведения советского литератора, Тарсис оставался идеологическим субъектом: в общественном поведении и творчестве использовал риторические приемы советского дискурса. Декларация антисоветскости скрывала советскую идентичность, смоделированную по революционным поведенческим образцам, но с иной модальностью.

Либеральная интеллигенция знала и другой вариант альтернативного поведения по отношению к советской модели: ее давала опора на ценности классической русской и европейской культуры. Ф. Вигдорова в «деле Бродского» ориентировалась на общественное поведение В. Короленко в «деле Бейлиса», И. Бродский, утверждая приоритет поэзии над политикой, — на пушкинскую модель взаимодействия поэта с властью. Примеры можно множить. И если в начале 1960-х гг. «русское» и «советское» сопрягались как взаимодополняющие друг друга понятия, то в 1970-е гг. противопоставлялись в бинарной оппозиции. «Русское» — культурное наследие дореволюционного прошлого, этически и эстетически значимое, основанное на универсальных, непреходящих ценностях гуманизма и антропоцентризма. Это подлинное, глубинное основание сознания и самооценки личности, задающее ценностные ориентиры. «Советское» — идеологизированное, антигуманное, деформирующее свободолубивую человеческую

сущность, исторически бесперспективное. Эта антитеза интенсивно эксплуатировалась в тезаурусе инакомыслящих вне зависимости от идеологических ориентаций авторов.

Отчуждение от государства логично приводило в такому способу разрешения внутреннего конфликта, как эмиграция.

Тема эмиграции представлена в тезаурусе инакомыслящих несколькими формулами: «Я выбираю свободу» и «Унести Россию с собой».

Характерно, что изначально тезис «Я выбираю свободу» не имел связи с темой эмиграции. Так называлось стихотворение А. Галича 1970 г.

Сердце мое заштопано,
В серой пыли виски,
Но я выбираю Свободу,
И — свистите во все свистки!

Политическая несвобода человека в тоталитарном государстве не может ограничить его духовных порывов. Свобода осмыслена как высшая нравственная ценность личности, неподвластная режиму. Пространство духовной свободы не определяется географией. Более того, эмиграция как возможное освобождение отторгается лирическим героем как капитуляция:

<...> Брест и Унгены заперты,
Дозоры и там, и тут,
И всё меня ждут на Западе,
Но только напрасно ждут!
Я выбираю Свободу –
Но не из боя, а в бой,
Я выбираю свободу
Быть просто самим собой.
<...>

Но слаще, чем ваши байки,
Мне гордость моей беды,
Свобода казенной пайки,
Свобода глотка воды.
Я выбираю Свободу,
Я пью с ней нынче на «ты».
Я выбираю свободу
Норильска и Воркуты [10].

Государство, в нравственном отношении «чуждое», враждебное свободолюбивой личности, одновременно осмыслено и как «свое». Трагическая история страны, единство общенародной судьбы — вот константы самосознания лирического героя.

Вполне вероятно, что и Галич использовал цитату, произнося фразу, ставшую своеобразным паролем, по которому инакомыслящие узнавали друг друга. Возможно, первоисточником для поэта послужили слова Эриха Фромма: «Я верю в свободу, в право человека быть самим собой, отстаивать себя и давать отпор всем тем, кто пытается помешать ему быть собой» [11]. Во всяком случае, Галич развивал в поэтическом тексте схожие идеи, разворачивая их в сюжете.

Однако в массовом сознании инакомыслящих исходный тезис был переосмыслен: воображаемая личная свобода получила конкретную прописку на Западе.

Троп «Я выбрал свободу» неоднократно иронично обыгрывал С. Довлатов. Персонажи его эмигрантской прозы используют для самоидентификации цитату Галича (Усыпкин «Соло на IBM», Головкер «Встретились, поговорили»). Сформированное на родине в сознании инакомыслящих представление о Западе как о пространстве свободы определяло толкование ими зарубежной культуры как потенциально «своей», в желаемой перспективе. С. Довлатов считал транснациональную идентичность иллюзией эмигранта и неоднократно иронизировал по этому поводу: «Мы говорили, уезжая: «Я выбрал свободу». При этом наши глаза взволнованно блестели. Ибо свободу мы понимали как абсолютное и неоспоримое благо. Как нечто обратное тоталитарной зоне» [12, 135]. Ирония Довлатова выступает социальным инструментом самоидентификации. Звучащая в словах прозаика, она используется для дистанцирования от «чужой» западной культуры, так и не ставшей «своей», и констатации собственной глубинной принадлежности русско-советскому типу культуры, где два исходных начала не противостоят, а дополняют друг друга. По справедливому замечанию О. Матич, ирония «означала невысказанную, неосознанную даже ностальгию по утраченному культурному контексту» [13]. Показательно, что для газеты, издаваемой в Нью-Йорке совместно с Е. Рубиным, А. Орловым, П. Вайлем и А. Генисом, главным редактором С. Довлатовым было одобрено название, предложенное Б. Меттером, «Новый американец» (1980–1985 гг.). Однако эта самоидентификация оставалась для эмигранта декларацией цели жизненного сценария, программой действий, а не констатацией свершившегося факта. «Не бывать тебе американцем. И не уйти от своего прошлого. Это кажется, что тебя окружают небоскребы... Тебя окружает прошлое» [12, 163], — утверждал Довлатов.

«Унести Россию». По воспоминаниям современников, незадолго до эмиграции В. Максимов провозгласил: «Эту страну надо уносить с собой на подошвах сапог» [14, 501].

С этой фразой перекликается название книги Р. Гуля «Я унес Россию». Опубликовано в Нью-Йорке в 1981–1989 гг.

Известно, что Гуль, будучи редактором «Нового журнала» в Нью-Йорке с 1959 по 1986 гг., внимательно следил за публикациями в советской прессе, помещал в журнале собственные рецензии и обзоры новинок и, несмотря на общее настороженное отношение эмигрантов первой волны к представителям третьей, поддерживал с Максимовым дружескую переписку после его эмиграции в 1974 г., прочил его на пост редактора «Нового журнала» после своей от-

ставки [15]. Редакторство Максимова в «Континенте» (название журнала подразумевает наднациональную идентичность), выходявшем во Франкфурте-на-Майне, не останавливало намерений Гуля, что подтверждает транснационализм литературной эмиграции, к 1970-м годам осознанной писателем первой волны как данность.

У литераторов были основания для взаимного уважения и внимания: религиозный идеализм, антитоталитаризм, демократизм и беспартийность — издательские принципы «Континента» — были созвучны «Новому журналу».

Хронологически Максимов опередил Гуля в использовании метафоры: он выезжает из СССР в 1974 г., Гуль опубликовал воспоминания в Нью-Йорке в 1981–1989 гг. Однако при очевидном совпадении тропа не стоит говорить о цитировании. Оба литератора ориентировались на один первоисточник: 30 марта 1794 года в революционном Париже был арестован и предан суду трибунала Дантон. Незадолго до ареста друзья предложили ему бежать из Франции и получили ответ: «Возможно ли унести родину на подошвах своих сапог?» Вопрос риторический. Позиция Дантона семантически близка тургеневской формуле: «Россия без каждого из нас обойтись может, но никто из нас без нее не может обойтись» [16, 305]. Для Дантона, как и для Тургенева, эмиграция — это полный разрыв с отечеством, обрекающий человека на вечное скитание, превращающий его в изгоя. Такое толкование эмиграции освящено литературной традицией:

«На тяжкое изгнание осужденный,
Узнаешь ты, озлоблен и уныл,
Как горек хлеб, чужими поднесенный,
Как путь тяжел по лестницам чужим» [17].
(Данте А. Божественная комедия).

Таким образом, в качестве «своей» эмигранты указывали европейскую и русскую культуру, диалогично освоенную и присвоенную.

Первая волна эмиграции говорила: «Где мы, там и Россия». Вековая литературная традиция подверглась корректировке Р. Гулем: «Какой-то большой якобинец (кажется, Дантон) (как видим, автор прямо указывает источник, чего не делал Максимов. — Е. С.), будучи у власти, сказал о французских эмигрантах: «Родину нельзя унести на подошвах сапог». Это было сказано верно. Но только о тех, у кого кроме подошв ничего нет. Многие французские эмигранты — Шатобриан, герцог Энгиенский, Ришелье и другие, у кого была память сердца и души, сумели унести Францию. И я унес Россию» [18, 6].

Унести Россию — значит сохранить ее в себе, благодаря «памяти сердца и души». Эта позиция рождала ощущение миссии русской эмиграции, заключающейся в сохранении подлинной русской культуры и передаче ее будущим поколениям, освободившимся от большевизма. Тезис «Мы не в изгнании, мы —

в послании» [19, 230] предполагал для эмигрантов интенсивную духовную работу во имя будущего прогресса родины. Задача консервативная сочеталась с культуртрегерской. Эмиграция первой волны, как известно, имела свои устойчивые тропы, один из которых — «сидеть на чемоданах» — обозначал дистанцию от принимающей стороны, маркируя ее как навсегда и неизбежно «чужую», иногда «чуждую».

У Максимова фраза имеет дополнительные коннотации. Вместо «Россия» — «эта страна», как знак собственной западной ориентации и внутренней дистанции от родины. В картине мира эмигранта третьей волны космополитизм органичен, самоидентификация производится в иной системе координат: принадлежность мировой культуре ценится выше региональной.

Максимов более точно цитирует первоисточник, но, как и Гуль, провозглашает духовную связь эмигранта с родиной и за ее пределами. С другой стороны, финал «на подошвах сапог» корректирует исходный тезис: эмигрант уносит с собой родину произвольно, хочет того или нет. Рождение определяет принадлежность России, и от этого никуда не деться.

«Надо уносить с собой» — формулировка задачи в духе предшественников: унести истинную, почвенную культуру, а значит, все же русскую, но не советскую. Так в картине мира и тезаурусе эмигранта понятие «свой» получает ретроспективное наполнение — это русская, дореволюционная культура. А современная, советская маркируется как «чуждая». Позиция I и III эмиграции оказываются глубинно родственными.

Показательно, что литературная эмиграция III волны, в целом разделяя мировоззренческие принципы инакомыслящих, включая диссидентов, не скупилась на иронию в их адрес. У Довлатова в «Иностранке» встречаем знакомый речевой оборот:

«В Союзе Зарецкий был известен популярными монографиями о деятелях культуры. Параллельно в самиздате циркулировали его анонимные исследования. В частности — объемистая неоконченная книга «Секс при тоталитаризме». <...> Вскоре карательные органы идентифицировали Зарецкого. Ему пришлось уехать.

<...> За минуту до посадки он решительно направился к газону. Хотел увезти на чужбину горсточку русской земли.

Милиционеры прогнали его с газона. Тогда Зарецкий воскликнул:

— Я уношу Россию на подошвах сапог!...» [20, 187].

Как видим, комический эффект достигается за счет буквального прочтения метафоры автором, а объектом иронии является нарочитая театральность поведения героя, лишенная глубины и драматизма.

Использование Довлатовым речевых клише, циркулировавших в повседневном обиходе эмигранта,

закономерно. Чуткий к стихии разговорной речи, писатель не только фиксировал типовые обороты, но и вскрывал герметизм сознания, шаблонность мысли и одномерность способов объяснения мира диаспоры.

«Интеллектуальные транквилизаторы» — такое определение подобрал наиболее ходовым оборотам в тезаурусе инакомыслящих Г. Померанц [21, 292]. Это точное наблюдение выявляет компенсаторную функцию, возможно, не всегда осознаваемую говорящими. На родине формулы «свободные люди в несвободной стране» и «жить так, будто никакой советской власти не существует» позволяли артикулировать чувство морального превосходства жертвы перед врагом, скрыть ощущение собственной уязвимости. В эмиграции декларации «я выбрал свободу» и «унес Россию с собой» скрывали ностальгию и неукорененность в иной культуре, при которых транскультурность, или двукультурность оставалась жизненной программой, не достигнутой, но желанной.

Итак, анализ некоторых частотных элементов тезауруса инакомыслящих позволяет сделать следующие выводы. Картина мира и самоидентификация членов сообщества базируется на нескольких позициях, зафиксированных в речевом строе:

1. Понятие «свобода» является ключевым в словаре инакомыслящих. Ее толкование многообразно — от социально-политического до морально-нравственного прочтения. Свобода личности выступает главным критерием оценки политической значимости, жизнеспособности и моральной наполненности всякой государственной модели и основным ориентиром в системе координат «свой», «чужой», «чуждый»;

2. Советская культура, подавляющая свободу личности, маркируется как «чуждая», русская и европейская, основанные на ценностях антропоцентризма и гуманизма, — как «своя». Языковой строй инакомыслящих насыщен цитатами из классической литературы. Погруженность в классику выявляет аксиологические приоритеты и задает вневременные ценностные координаты, с опорой на которые производится оценка действительности и себя.

3. Эмиграция осмысливается как возможность примериться к «чужой» культуре как к «своей» и идентифицировать себя гражданином мира. Однако восприятие эмигрантской жизни в терминах обретения, а не утраты не было универсальным. Наряду с декларацией транскультурности проговаривались невосполнимость утраты родины, эмигрантское сиротство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Луков Вал. А. Тезаурусы: Субъектная организация гуманитарного знания / Вал. А. Луков, Вл. А. Луков. — М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса, 2008. — 784 с.

2. Луков Вал. А. Методология тезаурусного подхода: стратегия понимания / Вал. А. Луков, Вл. А. Луков // Знание. Понимание. Умение. — 2014. — № 1. — С. 18–34.

3. Луков В. А. Применимость тезаурусного подхода в философии и социологии культуры, культурологии и других социальных и гуманитарных науках / В. А. Луков // Знание. Понимание. Умение. — 2019. — № 2. — С. 175–182.

4. Амальрик А. А. Записки диссидента / А. А. Амальрик. — Анн Арбор: Ардис, 1982. — 361 с.; Вайль П. Л., Геннис А. А. 60-е. Мир советского человека / П. Л. Вайль, А. А. Геннис. — М.: Новое литературное обозрение, 2001. — 368 с.

5. Лотман Ю. Д. Роль дуальных моделей в динамике русской культуры (до конца XVIII века) Ю. Д. Лотман, Б. А. Успенский // Труды по русской и славянской филологии. — Тарту, 1977. — Т. 28. — С. 3–36.

6. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 1999 375 с.; Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 591 с.

7. Морев Г. Как выезжал в США Иосиф Бродский / Г. Морев. — Режим доступа: <https://www.chitalnya.ru/work/3348291/?ysclid=llkrz5hpir449099599> (дата обращения 20. 08. 2023).

8. Буковский В. К. И возвращается ветер... / В. К. Буковский. — СПб.: Захаров, 2007. — 339 с.

9. Орлова Р. Д. Мы жили в Москве: 1956–1980 / Р. Д. Орлова, Л. З. Копелев. — М.: Книга, 1990. — 447 с.

10. Галич А. Я выбираю свободу. — Режим доступа: <https://www.culture.ru/poems/3533/ya-vybirayu-svobodu?ysclid=llj8phvo88308912507> (дата обращения 20. 08. 2023)

11. Фромм Э. По ту сторону поработавших нас иллюзий. Как я столкнулся с Марксом и Фрейдом / Э. Фромм. — Режим доступа: <https://citaty.info/book/erih-fromm/po-tu-storonu-poraboshayushih-nas-illyuzii-kak-ya-stolknulsya-s-marksom-i-freedom> (дата обращения 20. 08. 2023)

12. Довлатов С. Ремесло / С. Д. Довлатов // Собрание сочинений: в 4 т. / С. Д. Довлатов. — СПб.: Азбука-классика, 2003. — Т. 3. — С. 7–178.

13. Матич О. Литература Третьей волны: границы, идеология, язык / О. Матич // Новое литературное обозрение, 2014. — № 3. — Режим доступа: giya-yazyk.html?ysclid=llj5ehr24v131103989 (дата обращения 20. 08. 2023)

14. Сахаров А. Д. Воспоминания: в 3 т. / А. Д. Сахаров // Собрание сочинений: в 8 т. / сост. Е. Г. Боннэр. — Москва: Время, 2006. — Т. 3. — 895 с.

15. Скарлыгина Е. Ю. Роман Гуль и третья русская эмиграция / Е. Ю. Скарлыгина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — № 2, 2013. — С. 81–90.

16. Тургенев И. С. Рудин / Тургенев И. С. Полное собрание сочинений и писем: в 30 т. / И. С. Тургенев. — М.: Наука, 1980. — Т. 5. — 543 с.

17. Данте А. Божественная комедия / А. Данте. Божественная комедия. — М.: ЭКСМО, 2016. — 496 с.

18. Гуль Р. Б. Я унес Россию: Апология эмиграции: в 3 т. / Р. Б. Гуль. — М.: Б.С.Г.-Пресс, 2001. Т. 1: Россия в Германии. — 554 с.

19. Берберова Н. Лирическая поэма / Н. Берберова // Современные записки. — 1927. — № 30.

20. Довлатов С. Д. Иностранка / С. Д. Довлатов // Собрание сочинений: в 4 т. / С. Д. Довлатов. — СПб.: Азбука-

классика, 2003. — Т. 3. — С. 179–285.

21. Померанц Г. С. Записки гадкого утёнка / Г. С. Померанц. — М.: СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2011. — 464 с.

*Воронежский государственный университет
Серебрякова Е. Г., доктор культурологии, доцент кафе-
дры истории философии и культуры
E-mail: Serebrjakova@phipsy.vsu.ru*

*Voronezh State university
Serebryakova E. G., is the Doctor of Cultural Studies, Associate
Professor of the Department of History of Philosophy and Culture
E-mail: Serebrjakova@phipsy.vsu.ru*

ФУНКЦИЯ ДЕТАЛИ В РАССКАЗЕ И. С. ТУРГЕНЕВА «ЧАСЫ» (1875)

Г. А. Шпилева, В. А. Бондаренко, Е. А. Толчеева

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 12 июня 2023 г.

Аннотация: в работе рассматривается функция фабульно и сюжетно значимой детали — часы, которая диктует определенный ритм тургеневского рассказа, меняя также и его пафос: от комического к героическому. Указанная деталь играет важную роль и при создании характеров героев, являясь сигналом смены настроений персонажей, создавая их психологические портреты.

Ключевые слова: часы, психологизм, фабула, деталь, сюжетно-композиционная система.

Abstract: the article focuses on the function of a meaningful composition and plot point, a watch, which sets a particular rhythm of Turgenev's story, changing as well its pathos (mood) from the comic to the heroic. This detail also plays an important role in establishing the personalities, being a signal of a change in the characters' moods, thus creating their psychological portraits.

Keywords: watch, psychologism, plot, detail, plot and composition system.

Тургеневские «Часы» созданы писателем в 1875 г., имеется подзаголовок: «Рассказ старика», и датируются воспоминания этим «стариком» 1850-м годом. Перед нами произведение, которое действительно создано по законам жанра рассказа, так как представлены «ситуация, факт, случай» [9, 51], способные отразить «весь мир» [Там же].

Данный рассказ достаточно большой, но изложенные в нем ситуации слишком однотипны (чтобы назвать произведение *повестью*): часы дарят, воруют, закапывают, пытаются продать, но логика всего повествования устремлена к наиважнейшему, кульминационному происшествию — центрообразующий предмет (деталь) подростки, главные герои, решают утопить, при этом один из них (Давыд) едва не погиб.

Повествование ведется ретроспективно (нарратор (его художественное время — с 1801 по 1850 гг.) вспоминает о своей юности): уже зрелый Алексей передает мысли и поступки достаточно наивных и искренних детей. Вследствие этого в произведении «много случайного и нелепого, вызывающего смех если не у читателя, то у главного персонажа» [11, 57], «старика». Тончайше организована грамматически выраженная характеристика действующих лиц («фразеологическая точка зрения», описание «разных героев различным языком», что, по мысли Б. А. Успенского, формирует «глубинную композицию» [12, 30]): «Что я хочу спросить у тебя, Давыдушко, как надо писать штоп? <...> штоп ты жив был» [10, 207]. Как видно, писатель маркирует лексему своим излюбленным приемом — курсивом (акцентирующим «социально-психологическую индивидуализацию» [14, 85]), и он в данном случае характеризует до-

брую, преданную, но пока еще безграмотную девочку Раису. Комический эффект (результат осознания несоответствия, противоречия детского мышления и принятой в мире взрослых нормы) вызывают слова, которыми юные герои планируют начать послание «Его превосходительству, господину сиятельному князю...» [10, 214]: «Будучи», «Движимые», «Сия малая лепта...». Алексей и Давыд собирались избавиться от часов, пожертвовав их «в пользу касимовских погорельцев». Город Касимов действительно «дотла сгорел, со всеми церквами» [10, 213].

По-детски воспринятые поступки отца, крестного, слуг и осмысленные взрослыми «шалости» детей создают ситуации анекдотические, поэтому в данном рассказе можно наблюдать след пражанра — *анекдота*. Анекдот, по замечанию В. Н. Тюпы, «не признает никакого миропорядка, жизнь глазами анекдота — это игра случая, непредсказуемое стечение обстоятельств, столкновение индивидуальных инициатив» [11, 15].

Соединение элементов двух жанров дает значимый результат: анекдотически парадоксально выглядят действия детей в восприятии «пожившего» Алексея, но «концепированный автор» (автор как «точка зрения»), то есть инстанция более высокая, нежели диегетический нарратор, рассматривает происходящее с позиции новеллистического мышления: каждое событие неслучайно, в нем отражается и проверяется независимо от возраста *весь* человек, его нравственная зрелость.

В произведении карманные часы — художественная деталь — стали «не периферийным моментом образного мышления» [3, 300], а стержнем, вокруг которого развиваются фабула («внешний жест») и сюжетно-композиционная система («внутренний жест»). Скользя из фабулы («цепь действий и пере-

мен, представленная в произведении, но мыслимая как нечто внешнее, что могло бы совершаться за пределами произведения» [4, 17]) в сюжет («это та же цепь действий и перемен, но взятая в развитии, совместно с развитием авторского взгляда от начала к концу произведения» [Там же, 18]), деталь выполняет различные функции.

В фабуле часы являются точкой отсчета, которая организует и связывает событийные узлы в их хронологии, в сюжете же они — важнейший показатель жизни внутренней, духовной. Эта деталь, с одной стороны, выявляет характер персонажей, с другой — напоминает о том, что у каждого человека отсчет его времени уже начался и продолжается, поэтому важна каждая прожитая минута. Кроме этого, часы являются образом, утверждающим право человека самому решать жизненные проблемы, всякий раз часы в руках персонажей — это еще и момент выбора поворота своей судьбы. Отметим, что «Часы» — очень «конфликтное» и остросюжетное произведение, но оно и поистине *тургеневское*, так как в нем, как всегда, «обнаруживается важнейший закон или внутренняя логика согласования любых противоречий (социальных, исторических, природных), без какого-либо противоестественного их разрешения» [1, 112].

Как и в любом произведении И. С. Тургенева, в рассматриваемом рассказе «натура человека не замкнута в себе: она открыта для объективных воздействий со стороны общества» [6, 128]. Часы становятся опредмеченным образом и общественно значимых вех, в рассказе много места уделено историческому движению, упоминаются известные каждому современнику даты: 1801, 1812, 1850-е годы. Нынешний читатель также получает возможность вспомнить о том времени больших надежд, когда к власти после устранения Павла I приходит молодой император («Дней александровых прекрасное начало», по словам А. С. Пушкина). Именно поэтому персонажи рассказа ждут из ссылки правдолюбца и «якобинца» дядю Егора. Упоминается легендарная Бородинская битва, так как Давыд, сын сосланного Егора и двоюродный брат Алексея, погибает, защищая Шевардинский редут.

Позволим себе предположить, что Давыд (не Давид) назван именно так в честь поэта и отважного партизана Д. В. Давыдова, и о подобных личностях напишет (в письме от 18 июля 1812 г.) поэт, публицист, участник боевых действий Отечественной войны Ф. Н. Глинка: «...полки никогда не имели таких прекрасных людей» [2, 226]. В своей работе «Люди 1812 года» Ю. М. Лотман описывает «военный быт», обусловивший «духовное созревание молодых офицеров» [5, 314]. Создается впечатление, что И. С. Тургенев «заглянул» намного раньше, а именно: как характеры этих будущих героев формировались в детстве.

Как видно, чему и следует быть в эпосе, частные

судьбы вливаются в мощный поток исторического времени. Личное (биографическое) время главного героя Алексея размечено, и вехами служат часовые механизмы, приобретенные в разные периоды жизни. Об этом нарратор сообщает в финале рассказа, создавая подводящую итог пуанту всей сюжетно-композиционной системы: «С тех пор много воды утекло и много часов у меня перебивало, я дошел даже до такого великолепия, что приобрел себе настоящий брегет <...> Но в потаенном ящике моего письменного стола хранятся старинные серебряные часы с розаном на циферблате...» [10, 224]. За фабульную хронологию «отвечают» те самые, первые, которые наделали много шума, они даже «вступают в борьбу» с большими часами с маятником, в столовой отцовского дома; именно под их зловещный бой юный Алексей совершает кражу *своих* злополучных часов из теткиной спальни: «Я молодец, я вор, я герой...»

Возвращаясь к сюжетному пространству, напомним, что часы (казалось бы, бездушный механизм!) проверяют всех персонажей рассказа на человечность, сообразительность, активность, самостоятельность мышления и поступков. Они, как художественная деталь, раскрывают суть отмеченных исследователем В. А. Недзвецким основных тургеневских концептов: «Неведомое (синонимы — **судьба** и неподвластное человеку **колесо**), **красота**, **молодость**, **искусство**, **свобода**, **энтузиазм**, «**право личности**» и «**современный человек**» [7, 38]. Подаренные мошенником-крестным «старые...плохие» часы сначала очень понравились мальчику, и это объясняется тем, что Алексей еще очень доверчивый, незрелый человек, его отличают пока только интерес к действительности и умение многое видеть и запоминать. Отец Алексея, к удивлению сына, остался подарком от своего жуликоватого компаньона недоволен, так как был неудовлетворен тем, что от него *этим* отделались. Это «переживание», конечно, фабульного (приключенческого), внешнего, причинно-следственного значения не имеет, зато сюжетно очень значимо, так как часы уже начали выполнять свою внутреннюю, психологическую функцию — выявлять степень благородства или малодушия людей. Дальнейшие события, связанные с «подарком», достаточно полно выявят натуру «ходатая по делам», отца — человека незлого, но слабого и поэтому часто поступающего нечестно. Подслушанные Алексеем словечко «*этим*» и сам диалог отца с крестным Настасеичем заставят мальчика начать анализировать ситуации, «разбираться в людях».

Тетка Алексея, «старая пятидесятилетняя дева», относится к часам благоговейно, хочет подарить их предмету своего обожания, семинаристу Транквиллитатину (лат. *tranquillitas* — спокойствие), так как этот, по словам Пульхерии Петровны, «видный мужчина, кавалер и даже гренадер» (а по мнению

мальчиков, глупый человек, обладающий «лошадиной» внешностью), внушал надежду даме, *улетшал* ее. Пульхерия Петровна, ограниченный и злой человек, ценит безделушку выше благополучия и жизни людей: она гораздо больше горюет об утонувших часах, нежели об едва не погибшем вместе с ними Давыде. Алексей же разделит толпу на тех, кто спасал тонувшего брата («...откачивать его надо. Это наш барчук!») и кто его осуждал: «Покарай его бог! Сбудьте его куда-нибудь, Порфирий Петрович, а то он еще такую беду наделает, что не расхлебаешь!» [10, 217]. Последнее пожелание принадлежит, конечно, тетке главного героя.

Бедные люди (образы которых расширяют социальный фон рассказа): слуги Василий и Юшка, семья отставного солдата — все ведут себя, заполучив разными путями «волшебные» часы, схожим образом. Им хочется что-либо получить за них, а действия, которые совершают «барчуки» (дарят часы, отбирают, закапывают, наконец, топят), кажутся задавленным заботами людям непростительной шалостью.

Особую сюжетную роль «заколдованные» часы сыграют в описании характера Давыда, чья жизнь через одиннадцать лет после описанных событий (датированных 1801 г.) не только трагически, но и героически оборвется на Бородинском поле. С этим персонажем в ткань рассказа входит *любовь* (к Раисе-«Черногубке»), ответственность за несчастную семью своей будущей невесты (с ней связан упомянутый выше тургеневский концепт *красота*), максимализм *молодости*, представление о *свободе* личности. К часам и подарившему их Настасею Настасеичу не по годам социально зрелый Давыд испытывает полное равнодушие («плохие») и даже презрение: «Потому, что человек он дрянй; а дрянй-человеку одолжаться не следует» [10, 191].

Итак, часы явились стимулом для поступков персонажей, движущим механизмом внешнего действия: читатель с интересом следит за приключенческой фабулой, обусловленной передвижением этого «подарка». Если фабула движется вслед за стремительно перемещающимися часами, то *нервом* сюжета является перемена чувств, *разное* отношение Алексея к этой удивительной *вещице*.

Сюжетно очень важна последняя, XXV главка, которую можно расценивать как эпилог произведения. В заключительной части на 16 строчках 5 раз упоминается слово «часы», еще несколько раз — сопутствующие им детали (вернее, по замечанию Е. С. Добиная, «подробности», так как, в отличие от единой, сюжетно- и жанрообразующей *детали*, они «воздействуют во множестве»): секундная стрелка, числа, «репетиция», циферблат. Эти образы призваны показать, как «с тех пор много воды утекло» и как «от времени до времени» пожилой Алексей вспоминает «молодые дни и товарища тех дней, безвозвратно улетевших» [10, 224].

На уроках внеклассного чтения в школах, которые нам довелось посетить, а также в некоторых методических рекомендациях проскальзывала мысль о том, что Алексей так и остался слабым и несостоятельным человеком, и расставание с Давыдом, уехавшим с дядей Егором и Раисой, «уничтожило» его. Отметим, что опускается смыслообразующий контекст, так как указанное слово окружено другими, не менее важными: «Меня, разумеется, разлука эта уничтожила; я словно осиротел на первых порах и потерял всякую опору в жизни и всякую охоту к ней» [10, 224].

Юный Алексей действительно *осиротел* и потерял жизненную опору, но только «на первых порах». В молодости Давыд, конечно, был неизмеримо сильнее и опытнее брата, но отметим, что в качестве диегетического нарратора неслучайно выступает психологически более близкий к «биографическому автору» Алексей. Можно предположить, что очень сдержанный, неэмоциональный Давыд, может быть, и не вспомнил бы впоследствии столь важную для брата историю с часами, отнесся бы к ней как к незначительному происшествию, вызванному стечением нелепых обстоятельств.

В портрете Давыда подчеркивается его плечистая фигура, «сила не по летам». Описание отличается грубоватыми эпитетами, вернее, «логическими определениями», например: «четырёхугольное» лицо, «небольшие» глаза, «короткие» пальцы и нос, «широкие» губы. Значимо замечание Алексея о том, что он подозревал Давыда в воровстве часов и обижался на него, но невиновного брата это нисколько не волновало. Любопытно и то, что Давыд изредка усмехался «в нос», но никогда не смеялся громко, так как «считал смех признаком малодушия» [10, 191].

Функция, безусловно, справедливого и благородного Давыда состоит в том, чтобы быть опорой для Алексея — более чуткого, внимательного, эмоционального и тонкого человека. Расставание подорвало опору, которую давала главному герою дружба с более принципиальным и сильным человеком, но Алексей настолько напряженно вглядывается в жизнь, анализирует поступки и характеры, что можно быть уверенными: впереди его ждет будущее, полное ярких чувств.

Читая рассказ «Часы», как и другие произведения позднего И. С. Тургенева, понимаем, что пожилой писатель призывал «к безграничной любознательности, жадному интересу к жизни, природе, человеку» [8, 373]. Все тургеневские произведения, безусловно, являются «художественным свидетельством эпохи, наполненной богатейшим культурным и общественным содержанием» [13, 69], однако позднее творчество отмечено не только художественной тонкостью и точностью, но и особой, уже ностальгически выраженной любовью к жизни и к нравственной человеческой чуткости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беляева И. А. «Отцы и дети» И. С. Тургенева как вечный «сюжет» русской жизни / И. А. Беляева // Тургеневские чтения: сборник статей. — М.: Экон-Информ, 2018. — С. 111–125.
2. Глинка Ф. Н. Сочинения / Ф. Н. Глинка. — М.: Советская Россия, 1986. — 352 с.
3. Добин Е. С. Сюжет и действительность. Искусство детали / Е. С. Добин. — Л.: Советский писатель, 1981. — 432 с.
4. Зарецкий В. А., Цилевич Л. М. Об основных направлениях сюжетологии / В. А. Зарецкий, Л. М. Цилевич // Сюжетосложение в русской литературе. Сб. статей. — Даугавпилс: Даугавпилсский педагогический институт, 1980. — С. 13–24.
5. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII — начало XIX века) / Ю. М. Лотман. — СПб.: Искусство СПб, 1994. — 399 с.
6. Маркович В. М. Человек в романах И. С. Тургенева / В. М. Маркович. — Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1975. — 152 с.
7. Недзвецкий В. А. Концепты «любовь», «природа», «мироздание», «крест» и «долг» в художественном мире И. С. Тургенева / В. А. Недзвецкий // Тургеневские чтения: сборник статей. — М.: Экон-Информ, 2018. — С. 37–61.
8. Сквозников В. Д. Последние повести Тургенева (1870–1882) / В. Д. Сквозников // Тургенев И. С. Собрание сочинений: в 10 т. Т. 8. — М.: ГИХЛ, 1962. — С. 348–374.

9. Скобелев В. П. Поэтика рассказа / В. П. Скобелев. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 1982. — 156 с.
10. Тургенев И. С. Собрание сочинений: в 10 т. Т. 8. Повести и рассказы. 1870–1882 / И. С. Тургенев. — М.: ГИХЛ, 1962. — 374 с.
11. Тюпа В. И. Нарратология как аналитика повествовательного дискурса («Архиерей» А. П. Чехова) / В. И. Тюпа. — Тверь: Тверской государственный университет, 2001. — 59 с.
12. Успенский Б. А. Успенский Б. А. Поэтика композиции. Семиотика иконы. Статьи об искусстве. — М.: Языки славянской культуры, 2005. — 360 с.
13. Шпилева Г. А. История русской литературы XIX века (1810–1840 гг.): А. С. Пушкин, М. Ю. Лермонтов, Н. В. Гоголь, Ф. И. Тютчев, И. А. Гончаров, И. С. Тургенев, А. Н. Островский, А. А. Фет: учебное пособие / Г. А. Шпилева, В. А. Бондаренко, У. Ю. Борисова, О. А. Горбачевич. — Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2023. — 100 с.
14. Шпилева Г. А. «Чужое слово» как средство социально-психологической индивидуализации в романе И. С. Тургенева «Отцы и дети» / Г. А. Шпилева // Содержательность форм в художественной литературе. — Куйбышев: Изд-во Куйбышевского государственного университета, 1989. — С. 85–89.

Воронежский государственный педагогический университет

Шпилева Г. А., доктор филологических наук, профессор кафедры теории, истории и методики преподавания русского языка и литературы E-mail: 19alex04@mail.ru

Бондаренко В. А., кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы

E-mail: vikabondarenko1@rambler.ru

Толчеева Е. А., магистрант кафедры теории, истории и методики преподавания русского языка и литературы

E-mail: tolcheeva.lena@icloud.com

Voronezh State Pedagogical University

Shpilevaya G. A., Doctor of philology, professor of the department of the theory, history and methods of teaching the Russian language and literature E-mail: 19alex04@mail.ru

Bondarenko V. A., Candidate of philology, senior lecturer of the department of the Russian language, modern Russian and foreign literature

E-mail: vikabondarenko1@rambler.ru

Tolcheeva E. A., Master's student of the Department of Theory, History and Methods of Teaching Russian Language and Literature

E-mail: tolcheeva.lena@icloud.com

ИГРА КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МЕТОД В ТРАДИЦИЯХ ПОСТМОДЕРНИЗМА И АБСУРДА

В. В. Юмашева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 июля 2023 г.

Аннотация: *в представленной работе на материале английской литературы рассматривается феномен игры как философская категория и стилиевой прием в традициях постмодернизма и абсурда.*

Ключевые слова: *эстетическая категория, художественный метод, игра, картина мира, постмодернизм, абсурд.*

Abstract: *the phenomenon of playing used as a literary method by postmodernists and absurdists is discussed within the scope of the paper. The study considers sample works of English writers.*

Keywords: *aesthetic category, literary method, playing, picture of the world, postmodernism, absurd.*

Наука, религия, творчество — способы осмысления и описания мира, создания уникальной картины мира при помощи особых языковых кодов. Если, например, представителям эпохи модерна казалось возможным построить устойчивую, рациональную картину мира, то постмодернизм начался с признания множественности, инвариантности описаний действительности. Новое мировидение основывалось на отказе от авторитетного и авторитарного слова и мнения, на стремлении к свободе, плюрализму, на пересмотре базовых человеческих ценностей. Неприятие универсальной культуры модернизма, не признающей разнообразия социокультурных кодов и интересов, положило начало философской и эстетической традиции постмодернизма. У постмодернистов, соединяющих в своем творчестве самые разнородные эстетические элементы, очевидна внешняя связь с экзистенциализмом и модернизмом середины XX века.

Философия экзистенциализма понимает абсурд как следствие потери смысла, утраты центра бытия. Основной характеристикой трансцендентного миру героя выступает стремление к пустоте. Такой герой являет собой инобытие, он отстранен, не приемлет реальности, чужд морали, он примеряет образы и маски, не являясь кем-то одним. У С. Кьеркегора появляется мотив иронического странничества как метафоры бытия: чужой несет в общество свои законы и мораль, он непонятен и атипичен [1]. Р. Барт определяет странное существо как неклассифицируемое, обладающее неподвижной самобытностью [2]. Самообновляющийся, вечно другой и вечно играющий — такое понимание соответствует поэтике образа героя.

Однако внутри экзистенциализма вызревали лишь некоторые идеи и настроения, которые повлияли на становление постмодернизма. Здесь можно увидеть арену столкновения модернизма и нарождающегося постмодернизма как игровой модальности.

Язык становится полем экспериментов и лабиринтом смыслов. Языковая игра проявляется как творческая способность субъекта к созданию необычных, ярких, экспрессивных высказываний и смыслов, вторичных по отношению к нормам и связям языковой системы. Игровой аспект реализуется в том, что говорящий осознанно разрушает конвенциональные языковые структуры и способы восприятия, рассчитывая на понимание адресатом, и всегда стремится к созданию нового смысла. «Запрос на формальную игру с читателем и игру в эстетическую игру с критикой вызвал к жизни новое обращение к приемам писателей, склонных к конструированию “фикциональной”, домысливаемой или вовсе вымышленной реальности» [3, 30]. Мир, созданный авторами текстов, по мнению В. В. Хорольского, стал симулякром, копией копии обычного мира.

Философия игры является одной из примет современной культурно-языковой ситуации, но постмодернисты абсолютизировали игру, превратили эту стиливую манеру в стратегию.

Дж. Барнс — один из самых известных современных английских писателей, эссеистов и публицистов. Литература для Барнса — свободное пространство, освобожденное от морализаторства. Его творчество отличает использование приемов пародирования, игры с читателями, ироничного комментирования. В романе «Англия, Англия» писатель исследует тему идентичности и аутентичности. Действие романа происходит на Острове Уайт, копии Англии, где «все было на месте: Биг-Бен в половинную величину, могилы

Шекспира и принцессы Дианы, Робин Гуд и его веселые стрелки в Шервудском лесу и меловые утесы...» [4, 198–199]. В романе описывается утопическое общество — транснациональный коммерческий проект, который превращается в независимое государство.

Образ острова используется автором для обозначения нового, воображаемого мира и социального порядка. Островная конструкция, модель мира и островное сознание реализуют принцип отдельности существования. Это, по определению П. Слотердайка, «модель мира внутри самого мира» [5, 311]. «Пост-Англия в миниатюре» [6] со всеми ее приметами существует на двух уровнях — верхнем, обслуживающем интересы корпораций, и нижнем, который порождает праздник, игру. Финал и вопрос остаются открытыми: какая конструкция прочнее и жизненнее?

Тонко и иронично Барнс повествует о соотношении естественного и искусственного, настоящего и мнимого, о подмене ценностей. «В наши дни мы предпочитаем копию подлиннику. Репродукцию произведения искусства мы предпочитаем самому этому произведению искусства...» [4, 79]. Постмодернизм в эстетике Дж. Барнса — продолжение модернистского экзистенциального эксперимента, пример культурологической игры с истиной. Политическая жизнь, показанная Барнсом, предстает как иронический спектакль, обнаруживающий абсурд бытия в целом. Эстетика абсурда (от лат. «нелепость, нелогичность») также появляется как отклик на существующий порядок вещей, вернее, его отсутствие. Как сознание, категория эстетики обновляется и приносит свое видение в описание мира.

Понятие абсурда изначально относилось к сфере музыки и означало отсутствие гармонии. Позднее оно дополнилось значением эстетического несовершенства, неполноценности. Характеризующийся отсутствием логики, здравого смысла, феномен абсурда был связан с отрицательными свойствами мира.

Эстетическая категория абсурда использовалась применительно к философии, театру, литературе, языку. М. Эсслин в своей работе «Театр абсурда» [7] определил связь между потерянным поколением послевоенного времени и новой антиэстетикой — по его мнению, абсурдистское начало проявилось как реакция на утрату жизненных ценностей, человеческую отчужденность, ответ на противоречие между идеалом и реальными условиями.

Ощущение утраты ценностей и идеалов отразилось в литературе как отсутствие смыслообразующего, рационального начала и привело к появлению новой модальности. Как отклик сознания на социальный кризис, неумолимость обстоятельств жизни, бессмысленность и обреченность бытия, выделяется творческий импульс, который проявляется в художественной традиции абсурда.

В духе общественного устройства и сознания, аб-

сурдистское произведение выходит за рамки жанровой системы, нарушает ее ожидания и представления. Абсурд как художественный прием находится вне рамок, нарушая причинно-следственные связи, субъектно-объектные отношения, он играет категориями пространства и времени. В литературной и поэтической традициях абсурд проявляется как нарушение синтагматических и парадигматических связей. Бессмысленные, нелепые высказывания не соотнесены с реальностью, не очевидны и не информативны. Они имплицитны и представляют собой тип коммуникативной аномалии. Речевые структуры несут вторичные, скрытые смыслы, что позволяет выделить отдельный вид дискурса — абсурдный. Абсурдистское повествование, по определению Е. В. Клюева, разрушает хронологические и локативные связи, порождает мир свободного вымысла и допускает бесконечное количество толкований и смыслов [8].

В английской литературной традиции первой половины XIX в. представителями направления и художественного метода абсурда были Эдвард Лир и Льюис Кэрролл, у которых немало общего: алогизм повествования, противоречие нормам человеческого рассудка, бессмысленность жизни предстают на страницах их книг в концентрированном виде. Авторы пародируют прописные истины и нормы морали, охотно нарушают писанные и неписанные правила, создают свой идеальный, свободный мир игры и фантазии. Бессмыслица противопоставляется назидательной морали общества, веселит и выражает радость творчества и бытия.

Как эстетическая категория, заключающая опыт переживания и осмысления действительности, и мера приближения человека к идеалу прекрасного, постмодернизм и абсурд стали реакцией на существующий строй, нарушенные социокультурные связи и сущностный кризис. Разрушая привычные нормы, постмодерн и абсурд дают новую картину мира: дерзкую, ненадежную, изменчивую, нездоровую с точки зрения обыденного и разумного. Рациональным видится сам отклик авторов и носителей художественного метода как попытка осмыслить и прожить кризис.

Играя, постмодерн и абсурд создают новое пространство и творят, творят, творят.

ЛИТЕРАТУРА

1. Kierkegaard S. The Concept of Irony / S. Kierkegaard. — Bloomington, 1968.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. С фр. / Р. Барт. — М., 1989.
3. Хорольский В. В. Стиль современной западной публицистики как предмет научного изучения (на материале статей и эссе Дж. Барнса и Д. Рейфилда) / В. В. Хорольский // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2021. — Т. 40. — № 1. — С. 28–38.
4. Барнс Дж. Англия, Англия / Дж. Барнс. — М., 2012.

5. Слотердаик П. Сферы: Плюральная сферология. Т. III. Пена / П. Слотердаик. — СПб., 2010.

6. Сивков Д. Утопический проект в романе Джулиана Барнса «Англия, Англия» / Д. Сивков. — Режим доступа: <http://postnauka.ru/longreads/43657> (дата обращения

1.07.23).

7. Esslin M. The Theatre of the Absurd / M. Esslin. — Woodstock, N.Y., 1961.

8. Клюев Е. В. Теория литературы абсурда / Е. В. Клюев. — М., 2000.

Воронежский государственный университет

Юмашева В. В., старший преподаватель кафедры английского языка гуманитарных факультетов

E-mail: vyumasheva@mail.ru

Voronezh State University

Yumasheva V. V., Senior Lecturer of the English Language Department of the Humanities Faculties

E-mail: vyumasheva@mail.ru

ЭТАПЫ И ПРОЦЕССЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ ДОНБАССА

Ц. А. Антоненко

Донецкий государственный университет

Поступила в редакцию 11 мая 2023 г.

Аннотация: данная статья посвящена определению и изучению этапов формирования информационного поля Донбасса, а также тех процессов, которые в нем происходили в разные периоды времени. В работе проведен ретроспективный анализ гуманитарных и технологических этапов формирования информационного пространства, представлены возможные перспективы его дальнейшего развития и преобразования.

Ключевые слова: медиасистема, массмедийный комплекс, информационное пространство.

Abstract: this article is devoted to the definition and study of the stages of formation of the information field of Donbass. This article examines the processes that took place in the information field of Donbass in different periods of time. In this work is carried out a retrospective analysis of the humanitarian and technological stages of the formation of the information space. The article presents possible prospects for its further development and transformation.

Keywords: media system, mass media complex, information space.

В настоящее время информационное поле Донбасса, а также его медиасистема остаются малоизученными, что обуславливает актуальность исследования и его научную новизну. Кроме того, с точки зрения практической значимости, работа представляет комплексный анализ фундаментальных основ, на которых будет выстраиваться медиасистема нового субъекта Российской Федерации. Мы ставим своей основной целью рассмотрение гуманитарного и технологического подходов к формированию информационного пространства, его преобразования и развития в условиях стремительно изменяющейся реальности и медиасреды.

Термин «информационное пространство» впервые в научный оборот был введен редактором журнала «Информационные ресурсы России» О. В. Кедровским. Позднее данное понятие рассматривали такие ученые как Е. П. Прохоров, И. М. Дзялошинский, Г. Г. Почепцов, Л. И. Ненашева, С. Э. Зуев и др.

С. А. Проскурин определяет «информационное пространство» как «пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация» [1]. С. М. Сороко пишет, что «информационное пространство — это концептуальное пространство, отражающее мировосприятие людей современной эпохи» [2]. В. Потребин пишет о медиасистеме как о «совокупности взаимосвязанных медиапредприятий на национальном или региональном информационном пространстве» [3]. М. Г. Шилина дает следующую трактовку данного термина: «Медиасистема есть системное динамичное единство субъектов (вла-

дельцев, менеджеров, журналистов) различных видов медиа (печатных СМИ, РВ, ТВ, интернет-медиа, мобильных медиа), связанных коммуникацией различного уровня и функционирующих с целью предоставления аудитории в публичном пространстве социально значимой информации» [4].

Мы понимаем информационное пространство как поле, внутри которого создается, редактируется, сохраняется и передается разного рода информация. Внутри этого поля существует определенная медиасистема, которая помогает ему функционировать и позволяет аудитории (потребителям поля) использовать, сохранять и передавать информацию.

Для изучения информационного пространства существует два ключевых подхода: *гуманитарный* и *технологический*. При гуманитарном подходе мы рассматриваем информационное пространство как концептуальное пространство, в котором сконцентрирована вся историческая память человечества, его знания и умения, накопленные к конкретному моменту времени. С этой точки зрения мы обращаемся к ретроспективному анализу этапов формирования информационного пространства. В то же время технологический подход строится на изучении медиасистемы, т.е. технических средств, с помощью которых осуществляется циркулирование знания в информационном поле. В этом случае информационному пространству свойственна некоторая ограниченность и привязанность к каналам распространения информации.

Изучая информационное пространство Донбасса, мы опирались на обозначенные подходы и рассмо-

трели их в ретроспективном аспекте, чтобы сформировать понимание той фундаментальной основы, на которой строится и развивается информационное пространство современного Донбасса, а также сделать выводы о том, какие перспективы развития и преобразования у него есть.

Первым мы рассмотрим гуманитарный подход. Как уже было отмечено, он опирается на понимание информационного пространства как поля, внутри которого формируется, сохраняется, передается, принимается и обрабатывается самая разная информация (знание). Причем это поле может быть международным, национальным, локальным (региональным) и персональным.

Основываясь на этом понимании, мы выделили ключевые периоды формирования информационного пространства Донбасса [5]:

1. Период Российской Империи (1838–1917). Этот этап малоизучен, поскольку архивных записей о жизни Донбасса в тот период времени крайне мало. Ученым точно известно, что именно в этот период в Донбассе начинает зарождаться самостоятельная журналистика, развивается печатное дело, возникает заинтересованность людей в информации, появляются первые ростки информационного пространства. Основными темами в прессе этого периода стали освещение деятельности местных органов власти, материалы о сельском хозяйстве и торговле, выборах в земские управы и Государственную думу, культурной жизни края и т.п. По известным данным, в разные периоды этого этапа в массмедийный комплекс региона входило от 15 до 28 газет и журналов — государственных и частных.

2. Период становления советской власти (1917–1920). В архивах почти нет данных о том, как работали СМИ в Донбассе в период немецкой оккупации Первой мировой войны. Центральной газетой Донбасса на тот момент были «Известия Юзовского совета рабочих и солдатских депутатов», которая начала выходить еще в 1917 г. Газету основали меньшевики, а потому она выступала за мирную передачу власти Временным правительством социал-демократам, но уже в 1918 г. власть в Юзовке перешла в руки большевиков, а газета стала называться «Донецкая правда». Выходила газета всего один месяц.

3. Межвоенный период (1921–1941). Этот этап можно назвать одним из самых важных в формировании информационного поля Донбасса. Революция и Первая мировая война прошли, оставив в руинах страну, которую нужно было восстанавливать, и Донбасс в этом восстановлении играл одну из ведущих ролей. С 1920 по 1940 гг. главной темой всех газет было прославление труда. Именно с тех пор осознание себя как народа-труженика плотно сформировалось в сознании донбассовцев.

4. Период Великой Отечественной войны (1941–1943). Этот этап стимулировал развитие информационного поля. Особую роль получила фотожурналистика, развитие коснулось и радио. Особую роль

в поднятии боевого духа солдат, в сборе и распространении информации, в документировании событий сыграли писатели и журналисты, которые ушли на фронт. На войне они не только сражались, но и записывали все, что видели, слышали, переживали, распространяли листовки, рассказывали о скорой победе. Всего на войну ушло порядка 950 журналистов и писателей, более 200 из них были из Донбасса.

5. Период восстановления мирной жизни (1943–1953). После немецкой оккупации Донбасс представлял собой выжженную землю. Восстановление началось сразу после освобождения от немцев. Уже в апреле 1946 г. в г. Сталино было создано областное книжно-газетное издательство, которое впоследствии стало известно в СССР как издательство «Донбасс». В нем работали корреспонденты, возвращающиеся с фронта, журналисты и литераторы, писавшие о восстановлении региона, его духе и силе, непокорности.

6. Период развития Сталинской (Донецкой) области (1950–1991). Это самый длительный на сегодняшний день и один из самых важных периодов становления информационного пространства Донбасса. Он дал Донецку телевидение, сначала государственное, а после и независимое. Первая телетрансляция прошла в 1956 г., а уже через 20 лет вещание стало цветным. Ко второй половине 1980-х гг. Донбасс был самым активным регионом Союза, журналисты писали о забастовках, поднимали социальные и экономические проблемы. Этот период стал историческим отражением того, что ждало Донбасс впереди.

7. Период постсоветской Украины (1991–2014). На этом этапе массмедийный комплекс развивается быстро и активно, появляются медиахолдинги, развивается Интернет. По состоянию на 01.01.2013 в Донецком регионе было зарегистрировано 1574 печатных изданий и 161 телерадиорганizations. Донбасс не просто один из регионов страны, а один из мощнейших промышленных, научных и культурных центров, который обретает собственную социальную позицию, резко выступает во время «оранжевой революции» в Киеве. Именно этот этап стал подготовкой к следующему, самому важному.

8. Период борьбы за независимость. Становление государственности ДНР (2014–2022). Это самый важный этап в формировании информационного поля, поскольку региональный массмедийный комплекс становится национальным, происходит постепенная перестройка сознания граждан и понимание себя не просто частью страны, но самостоятельным государством, которое сражается за свою свободу и право на самоидентификацию.

9. Период вхождения в состав РФ (наши дни). На сегодняшний день Донбасс переживает переходный период становления как субъект Российской Федерации и его информационное поле трансформируется в соответствии с потребностями этого периода и дальнейшими трансформациями.

Ретроспективный анализ гуманитарных этапов формирования информационного пространства дает нам не только понимание фундаментальности знания, циркулирующего в информационном поле, но и представление о том, как преобразовывалось информационное пространство Донбасса под влиянием внешних (социально-политических и географических) факторов. Кроме того, данный анализ — ключ к пониманию процессов, происходящих в социальной среде Донбасса в последние девять лет.

Для формирования полноценной картины процесса формирования информационного поля Донбасса обратимся к технологическому подходу изучения этого процесса. На сегодняшний день технологический подход служит в большей степени для изучения глобального медиaprостранства, под влияние которого попадает любое общество, на какой бы стадии развития оно ни находилось. При его исследовании обращаются к традиционным массмедиа (пресса, радио и телевидение) и сетевым медиа (интернет-СМИ, новые медиа, мобильная журналистика). Рассмотрение этапов возникновения и преобразования этих средств массовой информации и коммуникации позволяет в полной мере представить и технологический аспект формирования информационного пространства.

2014-й стал переломным годом для массмедийного комплекса Донбасса. Многие средства массовой информации и коммуникации прекратили свою деятельность. На сегодняшний день в ДНР зарегистрировано 17 газет, 9 телеканалов и 5 радиоканалов. Кроме того, в медиасреду Донбасса входят федеральные издания, которые вещают на его территории с помощью местных редакций, а также ретрансляторов.

Отметим, что расцвет традиционных медиа пришелся на период с 1991 по 2014 гг. В это время наблюдается открытие большого количества печатных изданий, развитие радио и телевидения. На сегодняшний день традиционные медиа в Донбассе постепенно возрождаются: открываются газеты и телерадиовещатели, ожидается открытие в регионе новых, федеральных средств массовой информации, появление новых редакций федерального уровня, которые зададут ускоренный темп преобразованию медиасреды Донбасса.

С сетевыми медиа ситуация обстоит иначе. До 2014 г. в Донбассе было зарегистрировано порядка 10 официальных интернет-СМИ, при этом развития новых медиа не наблюдалось. На сегодняшний день регистрация сетевых медиа не ведется, однако в ДНР существует порядка сотни разных интернет-СМИ, а также средств массовой информации, которые

относятся к новым медиа (телеграм-каналы, каналы в социальной сети «ВКонтакте», TikTok-каналы и YouTube-каналы). При этом аудитория крупнейших новых медиа Донбасса в «Телеграме» иногда, превышает их же аудиторию во «ВКонтакте». Так, количество подписчиков группы «ЧП Донецк Z» в соцсети «ВК» составляет 175 062, в то время как в «Телеграме» количество подписчиков — 339 724.

Такое развитие сетевых медиа связано с их географической независимостью и омоложением аудитории. Кроме того, в Донбассе этот технологический слом связан в первую очередь с развитием гражданской журналистики (журналистики очевидцев тех или иных событий), поскольку она была и остается более оперативной, чем журналистика традиционная.

Гуманитарный и технологический подходы дают нам полноценное понимание процесса формирования, развития и трансформации информационного пространства Донбасса, а также его медиасистемы. Информационное пространство этого региона развивалось более 150 лет, что дало ему глубокую историческую основу, а также позволило сохранить в нем большое количество национального ментального знания, из которого потом выросло стремление к самоидентификации и самопознанию, а после и соответствующая медиаповестка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Проскурин С. А. Геополитическое измерение глобального информационного пространства / С. А. Проскурин // Геополитика: учеб. пособие. — М.: РАГС, 2007. — 261 с.
2. Сороко С. М. Структура информационного пространства культуры / С. М. Сороко // Вестник ПГУ. Серия Е. Педагогические науки. — 2012. — № 15. — С. 123–127.
3. Потребин А. В. Медиaprостранство и медиасистема, информационное пространство и информационный рынок / А. В. Потребин // материалы I Международной науч.-практ. конф. / под общ. ред. С. В. Дубовик. — Минск: Белорусский государственный университет, 2017. — С. 200–208.
4. Шилина М. Г. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные медиаконцепции теории СМК / М. Г. Шилина // Вестн. Моск. ун-та. Сер 10: Журналистика. — 2010. — № 1. — С. 6–22.
5. Антоненко Ц. А. Информационное пространство современного Донбасса: ретроспективный аспект / Ц. А. Антоненко // материалы VII Международной науч.-практ. конф. «Донецкие чтения 2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» / под общ. ред. С. В. Беспаловой. — Донецк: Донецкий национальный университет, 2022. — С. 318–320.

Донецкий государственный университет
Антоненко Ц. А., аспирант, старший преподаватель
кафедры журналистики
E-mail: c.antonenko@donnu.ru

Donetsk State University
Antonenko T. A., Postgraduate Student, Senior Lecturer of
the Journalism Department
E-mail: c.antonenko@donnu.ru

СОВРЕМЕННАЯ ЦИФРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ВЕДУЩИЕ ТРЕНДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

С. А. Базилян

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Поступила в редакцию 10 мая 2023 г.

Аннотация: в статье дан анализ трансформации инструментов подачи контента отечественными СМИ в условиях нарастающей цифровизации информационного поля. Выявлено, что СМИ весьма эффективно пытаются идти в ногу со временем, используя различные инструменты конвергентности и мультимедийности.

Ключевые слова: медиа, журналистика, технологии, мультимедийность, конвергентность, компетенции, онлайн-ресурсы.

Abstract: the article provides an analysis of the transformation of content submission tools by domestic media in the context of the growing digitalization of the information field. It has been revealed that the media is very effectively trying to keep pace with the times using various convergence and multimedia tools.

Keywords: media, journalism, technologies, multimedia, convergence, competencies, online resources.

Цифровизация в корне меняет технологию журналистского труда — традиционные инструменты взаимодействия с аудиторией зачастую оказываются малоэффективными, поэтому назревает необходимость в преобразовании образовательных траекторий, направленных на формирование новых профессиональных компетенций. Так, на фоне глобальной трансформации медиасистемы в 2018 г. произошло переименование кафедры периодической печати Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ в кафедру цифровых медиакоммуникаций. В МГУ студентам кафедры журналистики предложен для освоения профессиональный модуль «Цифровая периодика» (бакалавриат), а в рамках магистратуры здесь же появилась программа «Цифровая журналистика». Значимость компьютерно-информационных технологий для профессии признают не только в академическом сообществе — редакции крупнейших отечественных СМИ инициируют обучение по программе «Цифровая журналистика» (Академия новостей ТАСС), продуктивными оказываются и коллаборации ведущих медиа с представителями крупнейших IT-компаний: в 2020 г. стартовал всероссийский образовательный проект «Цифровая журналистика», организатором которого выступила некоммерческая организация АНО «Цифровые платформы» при поддержке таких СМИ, как ТАСС, «Ведомости», МИА «Россия сегодня» и др.

Стремление многих представителей отечественного академического сообщества сделать синонимичными такие понятия, как «мультимедийная журналистика» [1–2], «конвергентная журналистика» [3], «компьютерная журналистика» [4] представляется не совсем правомерным: упомянутые категории,

являются частью цифровой журналистики и отражают ее технологические характеристики.

Более продуктивным представляется подход О. В. Смирновой к дефиниции понятия «цифровая журналистика», согласно которому она представляет собой «процесс сбора, создания, распространения и хранения текстов в цифровой среде, носящий периодический характер». Важной и нехарактерной для современных аналитиков медиа представляется оптимистичная позиция Смирновой об интересе к «старым» СМИ — несмотря на популярность социальных сетей и мессенджеров, к традиционным источникам информации интерес не пропадает, состав их аудитории остается стабильным, кроме того, уровень доверия к ним значительно выше, чем к «новым медиа» [5].

Дополняя классические стратегии взаимодействия с аудиторией новыми инструментами, которые дают цифровые технологии, традиционные СМИ способны добиться успеха. В качестве примера Смирнова приводит печатную периодику, которая, по убеждению ученой, обладая несомненными преимуществами перед другими видами СМИ, как раз за счет своего традиционного бумажного формата и в то же время развивая новые цифровые форматы, могут усовершенствовать содержание, форматы, дизайн. То есть печать, вопреки пессимистичным прогнозам многих медиаэкспертов, развиваясь на цифровых медиаплатформах без отказа от становящегося уникальным бумажного формата, не утрачивает актуальности и будет развиваться в дальнейшем как раз благодаря симбиозу традиции и инновации.

При анализе специфики цифровой журналистики важным представляется и подход Е. Л. Вартановой к этому феномену — она настаивает на том, что

трансформация стратегий подачи контента не приводит к изменению ее сущности, какими бы ультрасовременными инструментами ни пользовался журналист в цифровой среде, его задачи как представителя определенного социального института остаются прежними: «цифровая журналистика — это и есть журналистика с ее традиционными целями и ценностями, только существующая в технологически новых условиях, которые, преобразуя ее инструментарий, не могут изменить ее социально значимой природы и сущности» [6].

При анализе цифровых трансформаций журналистики представляется особенно важным выделение теоретических подходов к классификации цифровых СМИ [5;7]. Согласно этим подходам, можно выделить следующие их виды:

— традиционные СМИ, имеющие, помимо привычной офлайн-формы и web-версии: газеты, журналы, ТВ, радио (паблики в соцсетях, каналы в мессенджерах, на видеохостингах и др.);

— оригинальные онлайн-ресурсы, которые появились и функционируют исключительно в онлайн-среде — не имеют прототипов в офлайне: сетевые газеты, ТВ-программы, журналы и др.

Цифровые проекты традиционных СМИ появились в середине 1990-х гг. («Учительская газета», 1995 г.), но в начале своего развития они лишь дублировали контент материнских изданий или представляли собой сайты-визитки — подобная стратегия оказалась проигрышной — как оказалось, состав и медиапредпочтения аудитории традиционных площадок и интернета существенно различались, поэтому СМИ пришлось трансформировать логику подачи материалов на разных носителях, чтобы встроиться в новые цифровые реалии. Но по утверждению Вартановой, многие региональные печатные СМИ до сих пор придерживаются подобной устаревшей стратегии: лишь у 36% газет имеется полноценная интернет-версия [7]. Круглова, исследуя более 20 различных российских печатных СМИ и их интернет-версий, также пришла к выводу, что уникальность контента встречается лишь на порталах изданий, входящих в состав крупных медиахолдингов («Коммерсантъ», «Комсомольская правда»), у менее крупных игроков рынка СМИ веб-версия не отличается от печатного варианта, а является лишь цифровым отражением [8].

Но несмотря на отмеченные недостатки, сегодня аудитория цифровых продуктов многих крупных СМИ превышает в разы объем аудитории того же медиа на традиционных носителях. По данным портала *LiveInternet.ru*, ведущего статистику сайтов, самыми посещаемыми онлайн-ресурсами оказываются сайты газет, информационных агентств и телевизионных каналов: «Комсомольская правда» (84 959 335 просмотра), ТАСС (17 859 073 просмотра), НТВ (12 800 951 (просмотров). Вопреки расхожему мнени-

нию о «смерти» газет — треть топовых новостных ресурсов — это бренды печатных газет (*kr.ru*, *mk.ru*, *iz.ru*) (*LiveInternet.ru*, март 2023 г.).

Характерно, что популярность цифровых площадок печатной периодики не всегда приводит к отказу от принта. По убеждению ряда медиапрофессионалов, нестандартная «упаковка» контента в принтовых форматах привлекает не только аудиторию, но и рекламодателей. А. Сулхаева, заместитель генерального директора медиагруппы «Комсомольская правда» настаивает на том, что бумажные версии газет и журналов не умирают — они всегда будут знаком солидности и авторитетности того или иного издания. «Это инструмент для создания ярких информационных поводов вокруг материнского бренда издательских медиа. Потому что звезды ссылаются на газеты, те же самые инстаблогеры, попадая на обложки газет и журналов, обязательно об этом пишут у себя в Instagram, так как печатные издания — это по-прежнему показатель того, что ты что-то значишь» [9].

Директор по развитию ФГБУ «Редакция «Российской газеты» Шимарская, анализируя проблему традиционных и новых способов подачи контента в СМИ, делает важное наблюдение о том, что и печатная аудитория начинает расти — по заключению эксперта, в «постпандемийный» период на четверть выросла подписка на «Российскую газету». Прирост аудитории происходит и за счет детской аудитории, как утверждает А. Иванов, генеральный директор ООО «Иванов Монам Медиа», растет спрос на детские журналы именно в печатных форматах. Это говорит о том, что печатные СМИ остаются востребованным форматом, а цифровые продукты и сервисы при грамотной эксплуатации становятся инструментом наращивания аудитории за счет «переупаковки» и подачи контента в нестандартной форме.

Ведущим трендом функционирования традиционных СМИ в цифровом пространстве оказывается объединение в рамках одного медиахолдинга печатных издательских домов, телевидения, радио — конвергенция каналов коммуникации позволяет существенно увеличить охват аудитории. Полноценной мультимедийной компанией можно назвать «Комсомольскую правду», в рамках крупнейшего бренда работают печатные издания, радио «КП», сайт *www.kr.ru*, общественный телеканал «КП-ТВ». Суммарная аудитория медиагруппы в 2022 году достигла 60 миллионов человек [По данным «КП» от 16 декабря 2022 г.].

Е. Л. Вартанова называет подобные многофункциональные версии традиционных СМИ «гибридами» и отмечает специфику их функционирования в цифровых форматах: в онлайн-версиях есть новые рубрики, активно используется гипертекст, мультимедийные технологии, интерактивные инструменты. «Фактически это самостоятельные издания, имею-

щие собственную рубрику, ритмику онлайн-обновления контента с использованием мультимедийных и интерактивных решений, часто не связанных с материнским изданием» [7, 209]. Еще одним примером слияния печатных изданий, телеканалов и цифровых проектов является «РБК», проекты которого позиционируются как полноценная информационная экосфера, кроссплатформенность которой позволяет аудитории выбирать наиболее удобный и привлекательный канал получения информации.

Кроссплатформенность — характерная особенность развития современных СМИ в цифровой среде. Постоянно меняющиеся привычки медиапотребления приводят к тому, что и традиционные СМИ запускают все большее количество каналов и платформ для дистрибуции контента, поэтому социальные сети (ставшие уже «старыми медиа», например, ВКонтакте), дополняются каналами в мессенджерах (Telegram) и сервисами, представляющими собой симбиоз социальных сетей и видеохостингов (Яндекс.Дзен, TikTok).

Telegram-каналы СМИ пользуются популярностью — об этом свидетельствует статистика Медиалогии — в топ-30 Telegram-каналов по просмотрам за январь 2023 г. попали «Телеканал Пятница», РБК, ТАСС, «Коммерсантъ», Forbes — лидируют по представленности в мессенджерах уже не только общественно-политические и деловые издания, но и развлекательные СМИ.

Нарастает популярность TikTok среди российской аудитории. По данным исследовательской компании Медиаскоп, ежемесячный охват аудитории здесь достиг 20,2 млн. человек, причем наиболее популярным он оказался у людей 25–34 лет (25,2%)¹, то есть пользователи этой платформы (уже отнюдь не только подростки, даже люди старшего поколения — 45–54 года) становятся активными пользователями TikTok, поэтому СМИ начинают активно выходить и на эту площадку. Особенно активны здесь крупнейшие телеканалы («Первый канал», НТВ, «Москва 24» и т.д.), что весьма закономерно: формат видео является для этих СМИ основополагающим, поэтому короткие новостные сюжеты здесь появляются ежедневно и собирают большое количество просмотров (особенно популярной оказывается тема СВО). Несмотря на преимущественно развлекательный характер видео, платформа оказывается популярной среди интеллектуальных и научно-популярных журналов — «Сноб», «Вокруг света», «Esquire» активно продвигают свой контент и здесь. Несомненными преимуществами площадка обладает для молодежных СМИ — минимальное количество текста, короткие видеоролики (продолжительностью до трех минут) не дают заскучать искушенному медиапользователю, но отечественные молодежные СМИ неохотно осваивают инструменты платформы — аккаунтов официальных СМИ для молодежи в TikTok нет.

Постоянно увеличивающееся количество каналов и платформ приводит к появлению новых форматов подачи контента, которые не были характерны для традиционных, нецифровых СМИ: мультимедийный лонгрид, веб-док, подкаст. На основе новых форматов создаются проекты — практически в каждом СМИ сегодня есть специальная рубрика, посвященная спецпроектам, поэтому проектное мышление — один из самых востребованных профессиональных навыков. А. Сулхаева, анализируя тренды медиаотрасли, констатирует, что спецпроект — это эффективный эксклюзивный инструмент накопления репутационного капитала, это «микс высококреативных, творческих и народных идей, смыслов и четких показателей, позволяющих возвращаться партнерам именно в это конкретное СМИ за «тем, как не сделает никто другой» [10].

Вторая группа онлайн-медиа — оригинальные интернет-СМИ, не имеющие аналогов в оффлайн-среде, — имеют свою специфику развития, хотя, безусловно, те же тенденции, которые характерны для традиционных СМИ в цифровой среде, наблюдаются и здесь, в еще большей мере: мультимедийность, кроссплатформенность, интерактивность.

К этой группе СМИ отечественные медиаисследователи относят следующие виды:

- сетевые газеты и журналы, возникшие в интернете и не имеющие аналогов в оффлайне (Gazeta.ru, Собака.ru);
- электронные периодические издания (Lenta.ru, Life.ru);
- крупные медиахолдинги, в состав которых входят и онлайн-СМИ (Rambler&Co; News Media; МИА «Россия Сегодня»).

Из обозначенных видов сетевых СМИ наиболее влиятельными оказываются медиахолдинги, так как именно здесь контент имеет разновекторное направление и за счет кроссплатформенности охватывает разные сегменты аудитории. По деятельности таких крупнейших холдингов, как Rambler&Co, МИА «Россия Сегодня» можно судить в целом об основных тенденциях и трендах, характерных для современной медиаиндустрии.

Крупнейший медиахолдинг Rambler&Co использует все имеющиеся на сегодняшний день технологические инструменты взаимодействия с аудиторией за счет владения большим количеством медиаактивов: электронные интернет-издания Gazeta.ru, Lenta.ru; нишевые издания: спортивные СМИ (Championat); бизнес-порталы, издания о технике, медиа на автомобильную тематику.

Значимую роль на современном медиарынке играет и крупнейшее информационное агентство «Россия Сегодня». По данным «Медиалогии», МИА лидирует в рейтинге самых цитируемых информа-

¹ <https://mediascope.net/data/>

ционных агентств в СМИ и социальных сетях уже два года подряд. Медиахолдинг объединяет агентство «Спутник», «РИА Новости», «Прайм», проект, посвященный обзору материалов зарубежных СМИ и прессы «ИноСМИ», сетевой телеканал и сайт RT — главной площадкой трансляции всех продуктов агентства является интернет. Владение большим количеством разнообразных сервисов помогает подобным конгломератам комплексно работать в разных направлениях и наращивать аудиторию.

Интересен холдинг News Media, в состав которого входят как официально зарегистрированные СМИ, например, информационный портал Life.ru, так и не имеющие регистрации неформальные медиа (сетевая газета «Жизнь», новостной ресурс Mash). Информационное и общественно-политическое издание Life.ru входит в топ-10 самых цитируемых интернет-ресурсов в России (по данным «Медиалогии» за февраль 2023 г.)² и помимо оперативного освещения событий предоставляет возможность любому пользователю мобильного приложения LiveCorg стать гражданским журналистом и получать прибыль за эксклюзивные видео и прямые трансляции.

Еще одной значимой тенденцией развития современных цифровых медиа, по наблюдению ученых, является усиление позиций нишевых изданий. В отличие от универсальных СМИ, ориентированных на широкую аудиторию, нишевые медиа имеют более узкую аудиторию и специализированный контент — эти медиа, по наблюдениям Смирновой, наполнены не столько новостями, сколько «смыслами и ценностями» [5], поэтому зачастую им легче добиться максимальной лояльности читателей.

Корнев, анализируя специфику нишевых медиа и сравнивая их с политематическими СМИ, приходит к интересному выводу о том, что, несмотря на огромный охват аудитории, последние проигрывают нишевым СМИ в качестве подачи материалов, посвященных специализированной тематике, поэтому специализированные медиа вполне способны составить конкуренцию крупным изданиям. «Советы по уходу за котами-сфинксами будут более профессиональными и подробными в специализированном паблике «ВКонтакте», чем в разовой статье универсального журналиста, например, условных «Аргументов и фактов». И как раз отлично, если журналист такого издания, понимая ограниченность своих компетенций в выбранной теме, даст больше слов экспертам и ориентирует на профессиональные ресурсы и сообщество» [11]. Наблюдения ученых подтверждает статистика. Популярными оказываются издания спортивной направленности: трафик и вовлеченность стабильно растут у таких СМИ, как Championat.com, Sports.ru, а количество посещений их сайтов

достигает 80 млн. (для сравнения, количество посещений крупнейшего новостного канала rt.com немного больше — 96 млн) (по данным аналитической компании Similarweb). В Топ-10 самых цитируемых журналов за февраль 2023 г. попали лайфстайл-издания («Правила жизни», более 16 тыс. цит.); СМИ о путешествиях (Russian Traveler, более 18 тыс. цит.) и издания для женщин («Лиза», более 11 тыс. цит.).

Стараясь вовлечь аудиторию в конкурентной борьбе с неофициальными медиа, СМИ все чаще обращаются к стратегиям комьюнити-менеджмента. Диалог с аудиторией выстраивается за счет трендовой сегодня интерактивности — игровом формате: голосования, игры, челленджи, комментирование. Выстроить диалог призваны и редакционные онлайн-подборки лучших публикаций за определенный период (например, «Российская газета», «Известия» активно используют подобный инструмент), но критерием подборок оказываются исключительно предпочтения редакции СМИ, а не читателей, поэтому возникает вопрос в их актуальности для целевой аудитории.

Эффективным инструментом вовлечения аудитории является и такой крайне популярный сегодня инструмент передачи информации, как сторителлинг, пришедший в журналистику из маркетинга и брендинга и представляющий собой передачу смыслов через историю, нарратив. Характерно, что авторами историй становятся не только журналисты, но и аудитория — задействуя UGC, или пользовательский контент, редакции активно провоцируют аудиторию делиться фотографиями, видеороликами, вербальными сообщениями, связанными с той или иной новостью, темой, проблемой, создавая тем самым «долгоиграющие» истории.

С феноменом микромедиа тесно связано развитие еще одного популярного тренда современности — авторской журналистики. Эта форма журналистики остается малоизученной, но отдельными авторами произведены попытки выявить специфику авторской журналистики. Интересно в этом ключе исследование Коломиной, в котором она выделяет ее ключевые характеристики:

- единоличное участие автора на протяжении всего цикла: от создания продукта до его распространения;
- прослеживается четкая авторская позиция по предлагаемому вопросу (комментарии автора);
- индивидуальные стилистические особенности построения текста (авторский стиль);
- нетривиальный подход к освещению темы;
- обратная связь с аудиторией [12].

Основываясь на анализе Коломиной, можно сделать вывод, что основой авторской журналистики является не информационная составляющая, а мнение, позиция автора — ради этого аудитория обращается к подобным СМИ, то есть события воспринимаются

² <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/12028/#internet>

сквозь интерпретацию автора. В целом же, по утверждению Коломиной, авторская журналистика обладает рядом преимуществ перед журналистикой «анонимной», главной из которых оказывается независимость источника — это подтверждают и наблюдения Корнева — здесь «царит дух независимости и свободы» [11], поэтому представители авторской журналистики зачастую оказываются значительно популярнее, чем так называемая «заказная» журналистика, ангажированность которой дисквалифицирует ее в глазах общественности.

О популярности авторской журналистики свидетельствует и статистика: охват некоторых авторских каналов журналистов в мессенджере Telegram достигает миллиона человек: канал Невзоров (более 116558 млн. подписчиков); Пивоваров (Редакция) (1 010057 подписчиков); Соловьев (1 325627 подписчиков) и т.д. (По данным TGStat за апрель 2023 года). В цифровой среде авторская журналистика оказывается еще более доступной для широкой аудитории, чем в аналоговой среде — за счет огромного количества платформ аудитория может выбрать наиболее удобную площадку для восприятия контента.

Итак, необходимо констатировать, что цифровые технологии в корне трансформировали инструменты подачи журналистской информации: СМИ пытаются присутствовать на всех современных медиaplatformах (от социальных сетей до мессенджеров и видеохостингов), используя при этом новейшие форматы подачи контента (интерактивные игры, анимацию, видео 360 градусов и пр.). Если еще 20 лет назад прерогатива в передаче информации массовой аудитории принадлежала исключительно журналистам, сегодня в этой роли может выступать каждый. Увеличение количества каналов коммуникации заставляет искать новые возможности выхода к искушенной аудитории на высококонкурентном медиарынке, что зачастую приводит как к позитивным, так и негативным результатам. Усиливающаяся конкуренция в производстве новостей между «просьюмерами» и журналистами делает актуальным в академической среде и в публичном сообществе вопрос о месте журналистики в современном медиaproстранстве, о ее институциональном будущем в целом и о новых компетенциях, которыми должен обладать современный медиaproфессионал для выстраивания по-настоящему эффективной коммуникации с аудиторией.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Базикян С. А. кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики

E-mail: Stanislava83@yandex.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Мультимедийные технологии СМИ: учеб. пособие / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.]. — Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. — 171 с.
2. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 413 с.
3. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография / Л. П. Шестеркина [и др.]. — Челябинск: Издательство РЕКПОЛ, 2012. — 114 с.
4. Федоров А. В. А. Шариков — пионер российского медиаобразования / А. В. Федоров // Искусство и образование. — 2005. — № 6. — С. 67–79.
5. Работа журналиста в цифровой периодике: учебное пособие для вузов / отв. ред. О. В. Смирнова. — Москва: Аспект Пресс, 2021. — 248 с.
6. Варганова Е. Л. Цифровая журналистика и медиакommunikационная среда / Е. Л. Варганова // Медиа-тренды. — 2022. — № 1. — Режим доступа: https://www.journ.msu.ru/downloads/2022/MediaTrends_87 (дата обращения: 15.04.2023).
7. Работа журналиста в цифровой периодике: учебное пособие для вузов / отв. ред. О. В. Смирнова. — Москва: Аспект Пресс, 2021. — 248 с.
8. Круглова Л. А. Российские печатные СМИ: специфика онлайн-версий / Л. А. Круглова // Медиа-скоп. — 2016. — Вып. 4. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2205> (дата обращения: 15.04.2023).
9. 125 экземпляров в секунду // Отрасль. Ноябрь, 2021. — Режим доступа: [62dd22644a4f7c428ea57b578d220aad.pdf](https://www.gipp.ru/2021/11/125-ekspljarov-v-sekundu/) (gipp.ru) (дата обращения: 15.04.2023).
10. Сулхаева А. Мастерская спецпроектов / А. Сулхаева // Стратегии и практика издательского бизнеса. WAN-IFRA-ГИПП Magazine, 2022. — Режим доступа: [https://gipp.ru/overview/mneniya-ekspertov/anzhelika-sulhaevamasterskaya-spetsproektov/](https://www.gipp.ru/overview/mneniya-ekspertov/anzhelika-sulhaevamasterskaya-spetsproektov/) (дата обращения: 15.04.2023).
11. Страхомифы: победят ли нишевые медиа? // Журналист. — 2020. — 28 октября. — Режим доступа: <https://journalist-virt.ru/niche-media-myths?ysclid=lgexsokkfu310949368> (дата обращения: 10.04.2023).
12. Коломина В. В. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте интернет-пространства / В. В. Коломина // Вестник Чувашского университета. — 2007. — № 4. — С. 295–298. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-avtorskoy-zhurnalistiki-v-kontekste-internet-prostranstva?ysclid=lgklnbt27s541615621> (дата обращения: 10.04.2023).

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (NovSU)
Bazikyan S. A., Candidate of Philosophical, Associate Professor of Journalism Department
Stanislava83@yandex.ru

РАЗВИТИЕ КУРДСКИХ СМИ В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕМЕН В ИРАКЕ

Омарбл Бестун

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 5 июня 2023 г.

Аннотация: целью данной статьи является выявление точек схождения и расхождений в долгой истории журналистики Ирака и Иракского Курдистана, с опорой на факты 2003–2023 гг. «После-саддамовский» Ирак стал местом конфронтационной встречи Запада и Востока, что непосредственно повлияло на эволюцию медиакультуры в регионе.

Ключевые слова: Иракский Курдистан, медиа система Ирака, курдские СМИ, медиакультура этнического сообщества, самоидентификация, конфликт интересов арабов и курдов.

Abstract: the purpose of this article is to identify points of convergence and discrepancies in the long history of journalism in Iraq and Iraqi Kurdistan, based on the facts of 2003–2023. "Post-Saddam" Iraq became a place of a confrontational meeting between the West and the East, which directly influenced the evolution of the media culture in the region.

Keywords: Iraqi Kurdistan, media system of Iraq, Kurdish media, media culture of the ethnic community, self-identification, conflict of interests of Arabs and Kurds.

Демократизации СМИ Ирака после свержения режима С. Хусейна. Свержение баасистского тоталитарного режима Саддама Хусейна стало историческим событием, которое повлияло на развитие всего Арабского Востока (далее сокр. — АВ), а также имело значительные последствия во всём мире. Надо упомянуть о нескольких обстоятельствах и результатах этого противоречивого события, оказавшего огромное влияние на развитие СМИ Ирака и Иракского Курдистана. Во-первых, напомним, что курды в борьбе с кровавым режимом вооруженным способом поддержали международную коалицию, куда входили вооруженные отряды 49 стран, если считать и те страны, которые помогли лишь материально и небольшими контингентами солдат. Во-вторых, курды не могли сомневаться в наличии у С. Хусейна оружия массового поражения: применение химического оружия в Курдистане, о чем мало писали в РФ, документально подтверждают жертвы химических атак — их, начиная с 1980-х гг., было более 150 тысяч только убитых в ходе этнических чисток, например, в марте 1988 года против курдов Халабджа иракские войска применили химическое оружие, в результате погибло более пяти тысяч человек, согласно расследованиям международного трибунала, судившего С. Хусейна [1, 102]. В-третьих, действия экстремистов, чаще всего сторонников «Аль-Каиды», а также восстания религиозных фанатиков после окончания военных действий США и их союзников унесли жизни многих мирных жителей (наиболее трудоспособную часть населения). Трагические события 2003–2014 гг. в Ираке оста-

вили после себя миллионы искалеченных судеб [1, 103]. По данным Министерства здравоохранения Ирака, в период с 2004 по 2011 год погибло 69 263 человек [2, 8]. Это значительно меньше, чем цифры из других источников, включая данные собственных министерств Ирака. Официальный представитель правительства Ирака Али ад-Даббаг сообщил, что за этот период медики зафиксировали 239 133 раненых граждан Ирака [2, 10]. О жертвах среди журналистов сообщали наблюдатели таких организаций, как *HumanRightsWatch*, *AmnestyInternational*, которые, к сожалению, бездействуют сегодня, часто по приказу властей разных стран.

Приход войск союзников и распространение западных ценностей в Ираке не оказало однозначно позитивного воздействия на быт и культуру населения, со стороны иракцев не было радужного приема «освободителей», а партизанская война в 2004–2008 гг. и в 2014–2017 гг. стала не только ответом на старый конфликт цивилизаций, но и протестом населения, увидевшего «плоды цивилизации», против западной системы ценностей. Лидеры ИГИЛ (организация запрещена в РФ и во многих странах мира — **Б.О.**) использовали трудности перехода к демократии для своих преступных целей, они вербовали молодежь в свои ряды. В Ираке журналисты из вновь созданных газет и телеканалов поддержали проамериканскую Администрацию П. Бремера, назначившую новых руководителей Ирака, но были и оппозиционные органы СМИ, которые создавали соответствующие медийные тексты (далее — МТ), критикующие американцев, что вызывало гнев чиновников. Преследования журналистов были, но это не было жестокой цензурой саддамовской эпохи. Диктатура С. Хусейна, как известно, никогда не давала

журналистам права голоса, а новые законы, принятые под наблюдением западных специалистов, предполагали контроль, но они же сделали СМИ более демократичными и независимыми.

Конституция, принятая в 2005 г., гарантировала всем народностям, населявшим Ирак, равенство и мирную жизнь в соответствии с Законом и верой. В то же время, к сожалению, права курдов на деле попирались. Падение режима Саддама Хусейна отменило официальный контроль, хотя и не убрало препятствия для расследовательской журналистики. Возникающие новые СМИ были нередко частными, старались быть свободными от любого контроля. Особой популярностью в стране пользуются следующие издания:

1. Официальная газета «Аль-Сабах» («Утро»);
2. Частные издания «Ал-Заман» («Время»), «Ал-Ирак Ал-Яум» («Ирак сегодня»);
3. Газеты Иракского Курдистана «Хабат» и «Путь свободы» [3].

Свободные и альтернативные средства массовой информации сделали значительные шаги по историческим меркам в процессе формирования курдских средств массовой информации. Однако продолжающийся межконфессиональный конфликт и политический контроль над многими иракскими средствами массовой информации препятствуют доступу населения к надежному и объективному новостному контенту.

Иногда авторы, пишущие об Ираке и национальных СМИ этой страны, преувеличивают роль традиции и традиционных моделей в журналистике, отстаивают идею инерции в движении иракских СМИ на современном этапе. Например, Аль-Хатал Бассам Абдуллах Абдулджаббар в своей диссертации «Национальная специфика массмедиа Ирака: становление, динамика, проблемы содержания и формы» отмечал, что СМИ Ирака «не ушли далеко от заложенных в начале прошлого века канонов. Суть проблемы кроется всего лишь в формулировках и использовании определенной терминологии. Если из прежних определений убрать политически окрашенные термины, оставшаяся методологическая основа не теряет своей актуальности» [4,50]. На наш взгляд, в этой фразе есть противоречие — сто лет тому назад в Ираке правила англичане, которые, как пишет и сам Аль-Хатал Бассам Абдуллах Абдулджаббар, создавали прессу, продвигающую образ колонизаторов как «друзей арабов» [4, 37, 52].

Примером может служить курируемая англичанами газета «Время людей в Басре», издаваемая вскоре после окончания Первой мировой войны. Здесь слово давали только сторонникам дружеского диалога, который признавал присутствие иноземцев на земле иракцев.

Модель европейской журналистики изменилась в конце прошлого века под воздействием философии

«возврата к исламским корням», частью которой была идея отказа от языка колонизаторов и апология самобытной арабской культуры. Курды от этой философии видели больше зла, чем добра, крайний национализм переходил нередко в шовинизм и политику унижения не-арабов. Изменение ситуации в обществе привело к новым канонам журналистики, в которой западный элемент был частью стратегии, но не доминантой. Процесс демократизации и либерализации СМИ в Ираке был противоречив, но это был большой шаг вперед в эволюции национальной журналистики.

СМИ курдов в Ираке: нерешенные проблемы и конфликтогенные ситуации. Курды не являются однородным этническим образованием. Этническая группа «курманджи» проживает большей частью в Турции. Группа «сорани» населяет в основном Сирию, Ирак и Иран. Есть на территориях Курдистана ассирийцы, езиды, евреи и арабы. Курдские СМИ сегодня являются важной частью общенациональной медиасистемы Ирака, переживая нелёгкие времена политической нестабильности [5, 26]. Динамика количественного роста налицо: в стране действует относительно независимое информационное агентство *NationalIraqiNewsAgency*, которое обеспечивает надёжной информацией десятки газет и телестанций, издаются государственные и частные газеты и журналы, которые показывают, как налаживается мирная жизнь в городах и деревнях, а также на предприятиях, на нефтепромыслах и в учреждениях культуры, в СМИ.

В Иракском Курдистане, с точки зрения доверия масс, наиболее значимы телеканалы *RUDAW-TV* и *KURDISTAN-24TV*, которые спонсируются Демократической партией Курдистана, представитель которой Нечирван Барзани, внук национального героя Мустафы Барзани, стал Президентом Региона Курдистан. Более 50 радиостанций и около 40 популярных телеканалов создают в Ираке надежное по адекватности освещения событий медиапространство, дополняемое общеарабскими СМИ («Аль-Джазира», «Аль-Арабийя»), западными информационно-аналитическими каналами, например, «Евро Ньюз», *BBC*, *CNN* и т.п. Государственное радио «Саут аль Ирак», как и «Голос Курдистана», очень популярны среди молодежи, водителей и домохозяек, но уступают по силе воздействия ТВ и сетевым коммуникациям [6–8].

Газетно-журнальный концерн «Аль-Сабах» остается лидером в рыночной гонке за читателей, предоставляя потребителям правдивую информацию о мире. В газете и журнале «Аль-Сабах» сотрудничают и сотрудничают сегодня такие известные авторы, как Аббас Аббуд, Омар Абдул Латиф и другие, создающие качественные МТ, критикующие чиновников и выступающие за рыночные ценности. Расширяется зона влияния мусульманских изданий, но в целом курды сдержанно относятся к радикальному исламу.

Самыми популярными телевизионными станциями были независимые «Аль-Шаркия», телеканал *Al-Baghdadia TV* и принадлежащий государству канал «Аль-Иракия». «Аль-Иракия» представляет собой наземный телеканал, созданный сразу же после прихода американцев. Канал *Ishtar-TV* — это ассирийский канал со штаб-квартирой в Эрбиле. Канал был запущен летом 2005 г. и финансируется Региональным правительством Курдистана. Он вещает в основном на ассирийском (ашури) языке, но также там есть арабский и курдский языки. KNN — новостной оппозиционный курдский канал — базируется в Курдистане, в городе Сулеймания. Он представляет культурное движение Горани и нацелен на компетентных потребителей всех регионов Курдистана. *Kanal-4* — сугубо развлекательный телеканал, ориентированный на курдов и людей, живущих в Северном Ираке, — имеет стабильное положение на рынке, отдавая время музыке и спорту. Канал *Al-Zawraa TV* изначально был антиамериканским телеканалом. Станция была закрыта в июле 2007 г. после того, как ее передачи через спутник *Arabsat* были заглушены. *AlSharqiya* — первая частная спутниковая телекомпания Ирака — специализируется в сфере развлекательно-познавательных передач. Компания *AlSumaria*, независимая иракская сеть спутникового телевидения, стала примером сотрудничества с Европой. Это иракская телекомпания, вещающая на арабском и курдском языках.

При рассмотрении проблем и возможностей национальной журналистики, на наш взгляд, основополагающим фактором является единство всех народов Курдистана. Иракский Курдистан по многим историческим причинам занял лидирующие позиции в развитии национальных СМИ как фактора самоидентификации народа [9]. В истории СМИ курдов важны имена таких зачинателей национальной журналистики, как Пирамерд, Ибрагим Ахмед, Абдулла Горан, Шакер Фатах и др. Огромную роль в истории СМИ курдов сыграли партийные издания и листовки, особенно таких партий и движений, как Демократическая партия Курдистана (ДПК) и Патриотический союз Курдистана (ПСК) в Ираке и др. [10, 44].

Заключение. Рассмотрев медиаландшафт Курдистана на фоне эволюции иракской журналистики, можно сделать ряд выводов, предполагающих дальнейшее изучение намеченных проблем.

1. Послевоенный Ирак переживает беспокойное время реформирования и формирования медиасистемы нового рыночного образца. Конфликтные отношения с западными партнерами постепенно уступают место диалогу согласия и идеям сотрудничества с цивилизованным миром.

2. СМИ Иракского Курдистана, будучи частью общенациональной медиасистемы, остаются в то же время самобытной этнической единицей в медиакультуре арабского мира, что нередко ведет к конфликтам и на политическом уровне.

3. Массмедиа Иракского Курдистана выступают активным фактором национального самоопределения, борьбы за образование единого государства курдов. Пока это отдаленная перспектива, но журналисты и активисты гражданского общества успешно используют СМИ как инструмент агитации и пропаганды национальной идеологии, борясь с великодержавным шовинизмом, узким национализмом и исламским радикализмом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хавлла Хошави Мухаммад Хавлла. Южный Курдистан: факторы, влияющие на национальное сознание иракских курдов / Хавлла Хошави Мухаммад Хавлла // Вестник РУДН, серия социологии. — 2017. — Т. 17. — № 1. — С. 96–105.
2. Герасимов И. В. Исламские массмедиа на Ближнем Востоке и в России: история, проблематика и идеология / И. В. Герасимов. — СПб., 2015.
3. Мосаки Н. З. Курдские информационные холдинги (к 110-летию курдской журналистики) / Н. З. Мосаки. — Режим доступа: <http://www.iimes.ru/?p=7064> (дата обращения: 5.06.23).
4. Аль-ХаталБассам Абдуллах Абдулджаббар Национальная специфика массмедиа Ирака: становление, динамика, проблемы содержания и формы. Дисс... на соиск. уч. степ. канд. филол. наук / Аль-ХаталБассам Абдуллах Абдулджаббар. — Казань, 2019.
5. Аль Хатал Бассам Абдулджаббара Иракское издание «Аль-Сабах» в парадигме проблемно-тематических реалий арабского универсума / Аль Хатал Бассам Абдулджаббара, В. И. Антонова, С. А. Ржанова. — Казанская наука. — 2019. — № 9. — С. 25–27.
6. АмарНоха Ахмед. Особенности СМИ в арабских странах и тенденции их трансформации, 80–90-е годы XX века. Дисс...на соиск. уч. степ. канд. филол. наук. — М., 2002.
7. Ближний Восток в меняющемся глобальном контексте: коллективная монография. — М., 2018.
8. ДжасимФирасДжамиль. Иракское телевидение: современный пейзаж / ДжасимФирасДжамиль // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. — 2009. — № 2. — С. 139–143.
9. Kurdistan: Constitution of the Iraqi Kurdistan Region. 2004. — Режим доступа: <https://unpo.org/article/538?id=538> (дата обращения: 5.06.23).
10. Сарибекян С. С. Курдский вопрос в международных отношениях. Дисс...на соиск. уч. степ. канд. полит. наук. — М., 2003.

НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ТЕХНИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

В. В. Богуславская, Хунбо Юй

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Поступила в редакцию 13 мая 2023 г.

Аннотация: данная статья посвящена анализу китайского рекламного технического дискурса с учетом национальных характеристик китайской целевой аудитории. Предметом статьи являются социолингвистические характеристики китайского рекламного технического дискурса на примере электронной рекламы по теме «умный дом», адресованной массовой аудитории.

Ключевые слова: умный дом, языковые средства, китайская реклама, рекламный технический дискурс.

Abstract: this article is devoted to the analysis of the Chinese advertising technical discourse taking into account the national characteristics of the Chinese target audience. The subject of the article is the sociolinguistic characteristics of the Chinese advertising technical discourse on the example of electronic advertising on the topic "smart home", addressed to a mass audience.

Keywords: smart home, language tools, Chinese advertising, advertising technical discourse.

В Китае рекламный технический дискурс является важным источником информирования о передовых hi-tech-товарах по всей стране и по всему миру. Рекламные тексты, рассчитанные на широкий круг реципиентов, по своим лингвокоммуникативным характеристикам соответствуют жанру бытовой рекламы, о чем свидетельствует отсутствие научного стиля речи, преобладание эмоционально окрашенной и оценочной лексики, обилие приемов языковой игры. Для продвижения информации, предназначенной для массовой аудитории, автор рекламного текста применяет больше лексико-стилистических средств, чем в тексте, адресованном специалистам или деловым людям. Тексту такого типа присущ публицистический, разговорный или художественный стиль, которые выполняют функции информирования и эмоционального воздействия в соответствии с созданной благоприятной атмосферой общения.

Использование элементов художественного стиля повышает выразительность текста, создает поэтический и эстетический образ адресанта. Например, в текстах технической рекламы, адресованной массовой аудитории, были обнаружены ряд средств языковой выразительности.

Олицетворение. Жизнь с голосовым управлением выходит за рамки вашего воображения. Пусть мир наслаждается умной новой жизнью! (声控生活超乎你想象·让世界享受智能新生活! Компания Wanxiangzhineng, 2023 г.).

Переносное значение лексики. Жизнь зеленая и интеллектуальная! (生活绿智能! компания Haier, 2023 г.). Зеленый цвет обозначает не только зеленую среду, но и является символом здоровья, здорового образа жизни.

Повтор. В квартире вся интеллектуальная домашняя система! Бесплатный дизайн, бесплатная установка! (全屋智能家居系统! 免费设计·免费安装·компания Tianmao, 2023 г.).

Гипербола. Сосредоточимся на горячей воде всего дома, отоплению всего дома. Предоставление пользователям полномасштабных, полно покрытых и универсальных многофункциональных взаимодополняющих решений (聚焦全屋热水、全屋采暖·为用户提供全场景、全覆盖、一站式多能互补解决方案, компания Haier, 2023 г.).

Метафора. Хороший партнер вдохновляет меня, как хорошая бытовая техника зажигает мою любовь к жизни (好的搭档能激发我的灵感·就像好的家电能点燃我对生活的爱! компания Haier, 2023 г.).

Можно отметить, что художественный стиль особенно часто применяется в заголовке или слогане. Заголовок и слоган, построенные с использованием средств языковой выразительности, языковой игры, отличаются образностью, уникальностью, лаконичностью, краткостью и легкой запоминаемостью. В них подчеркиваются ключевые идеи компании рекламодателя и отличия собственных неповторимых качеств от потенциальных конкурентов.

С. Ю. Карпенко и С. А. Аникина подчеркивают, что «в товарных слоганах акцентируется внимание на преимуществах некоего товара или услуги, а также на их положительных характеристиках» [1, 182]. Качественный слоган считается символом компании и обладает высокой степенью узнаваемости.

Умная горячая вода, идеальная жизнь! Wanjiale Умный водонагреватель. (智能热水·完美生活! Компания Wanjiale, 2023 г.).

Будущий дом, это дом Интернета. (未来的家·应该是互联网的家·компания Yunmi, 2023 г.).

Как правило, слоган в рекламном техническом тексте состоит из 3–5 слов. В слогане отсутствует глагол и другие части речи, не отражающие главного содержания текста. Положительные характеристики (например, *ярко, выгодно, безопасно, хороший*) выделяются особенно. Содержание слогана зависит от конкурентных преимуществ, посредством которых автор пытается убедить адресата.

Текст технической рекламы, написанный в художественном стиле, служит для привлечения внимания массовой аудитории, широкого круга потенциальных клиентов, вызывания энтузиазма и интереса к дальнейшему чтению или ознакомлению с рекламируемой технической продукцией.

Односоставное предложение типично для использования в электронной технической рекламе, адресованной массовой аудитории. Электронная техническая реклама обладает особенностью широкого и быстрого распространения. По причине мгновенности информации предложения должны быть короткими и легко прочитаемыми. Предпочтение отдается односоставным предложениям.

Р. Я. Хуснетдинова выделяет два типа используемых односоставных предложений.

— *Именные*, «в которых имеется только подлежащее как носитель признака, а сказуемое словесно не выражено и восстановить его из контекста или обстановки нельзя. Этот тип односоставных предложений именуется назывным предложением, так как единственный главный член выражен в нем именительным падежом имени существительного».

— *Глагольные предложения*, «которые характеризуются отсутствием подлежащего и невозможностью его восстановить из обстановки или контекста речи. К группе глагольных односоставных предложений относятся: безличные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, определенно-личные и инфинитивно-модальные односоставные предложения» [2, 1013].

Назывное предложение. *Кухня. Интеллектуальная речь, умные осветительные приборы, обнаружение погружения в воду, обнаружение газа.* (智能语音 · 智能灯光 · 水浸检测 · 燃气检测 · компания Wanxiangzhineng, 2023 г.).

Безличное предложение. *Прощаться с традиционной бытовой техникой, выбрать Yunmi.* (告别传统家电 · 就选云米全屋互联网家电 · компания Yunmi, 2023 г.).

Как уже было отмечено, особую роль в рекламных технических текстах играет заголовок. Он выполняет номинативную, информативную и рекламную функции. Заголовок обычно содержит только название рекламируемых товаров или название компании. По мнению Т. А. Воронцовой, для четкого высказывания о ключевой идее длина заголовка в промышленной рекламе составляет 5–9 элементов, короткий заголовок стимулирует создание когнитивного комфорта [3, 798].

Quanzhai дарит вам прекрасную жизнь каждый день! (全宅智能 · 给你美好生活每一天! компания Quanzhai, 2023 г.).

В. В. Богуславская отмечает, что «воздействие на читателя, на его эмоциональную и интеллектуальную сферу — это главная цель заголовка, поэтому каждый заголовок несет не просто информацию и не всегда только информацию» [4, 179]. То есть заголовок не только выполняет номинативную, информационную функцию, но и оценочно-экспрессивную функцию.

В рекламном техническом тексте эхо-фраза не только завершает текст, закрепляет бренды или товары в памяти целевой аудитории, но и побуждает читателя к дальнейшему действию (*работать с нами, купить, заказать, сотрудничать, узнать больше, звонить* и др.).

Полная сетевая гарантия, купить дорого и вернуть разницу. Позвоните в клиентский отдел, получите дополнительные хорошие подарки. (全网保价 · 买贵退差 · 咨询客服 · 赠额外好礼 · компания Dreame, 2023 г.).

Для эхо-фразы характерна восклицательная интонация. Восклицательная интонация, усиливая смысловое содержание рематической части высказывания, позволяет адресанту в полной мере реализовать воздействующую функцию для привлечения внимания на определенный объект, подчеркивая его передачей эмоций автора, созданием экспрессии.

Для рекламного технического дискурса, адресованного массовой аудитории, характерным также является апеллирование к ценностям. Ценности, как культурно значимые ориентиры жизни общества, активно используются в рекламном техническом дискурсе. Автор пытается вызвать эмоциональный отклик для создания положительного впечатления. Безопасность, внимание к людям, природа, родина, известность, успех, профессионализм — главные ценности, на которые часто ссылается автор в тексте технической рекламы. Например:

Безопасность. *Можно установить защитные меры перед выходом из квартиры, чтобы гарантировать безопасность дома!* (离家布放 · 守护安全! компания Quanzhai, 2023 г.).

Внимание к людям. *Когда вы вернулись домой, в гостиной освещение, шторы, кондиционер автоматически включаются, в то же время, играют любимые песенки, радостно встречая вас уставших.* (回到家后 · 客厅灯光、窗帘、空调自动打开 · 同时播放喜欢的歌单 · 主动应往届劳累一天的你 · компания Quanzhai, 2023 г.).

Профессионализм. *Настройка программы целого умного дома, представление профессиональных услуг дворецкого.* (全屋智能家居方案定制 · 一站式专业智能管家服务 · компания UIOT, 2023 г.).

Ценности отражаются в коллективном языковом сознании, участвуют в формировании языковой

картины мира конкретного социума, влияют на восприятие информации и формирование целостного образа автора текста.

В тексте технической рекламы, адресованном массовой аудитории, широко используется лексика с общей положительной оценкой и частной оценкой (утилитарной, эстетической, телеологической, нормативной).

Лексика с общей оценкой. *Высококачественная упаковка, 1000G чистых горячих напитков.* (高端套装 · 1000G 净热畅饮 · компания Midea, 2023 г.).

Лексика с телеологической оценкой. *Haier воздушная энергия, более энергосберегающая.* (海尔空气能 · 更节能 · компания Haier, 2023 г.).

Лексика с утилитарной оценкой. *В женский день до цены 3399 юаней, подарим роскошный пакет деталей для машины (38到手价3399元起 · 赠豪华配件礼包 · компания Dreame, 2023 г.).*

Лексика с нормативной оценкой. *Охраняем тебя в «свежем» мире!* (守护新鲜世界的你! компания KONKA, 2023 г.).

Лексика с оценкой повышает выразительность, экспрессивность, оценочность, эмоциональность, яркость, броскость, изящность текста. Она помогает в большей степени выражать качества технической продукции и создавать положительный образ автора текста.

Проведенный анализ позволяет выделить следующие особенности рекламного технического дискурса, адресованного массовой аудитории.

1) Широкое использование художественного стиля в заголовке или слогане для придания образности и выразительности: эпитеты, эллипсисы др.

2) Краткость заголовка и слогана.

3) Широкое использование односоставного предложения.

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Богуславская В. В., доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

E-mail: boguslavskaya@gmail.com

Цзилиньский университет финансов и экономики Юй Хунбо, преподаватель кафедры русского языка международной школы экономики и торговли,

E-mail: Amy5616@yandex.ru

4) Эхо-фраза носит убеждающий характер.

5) Активное использование эмоциональной и оценочной лексики для сближения с адресатом и создания положительного впечатления.

Таким образом, было выявлено, что в рекламном техническом дискурсе существует коммуникативная специфика языковых средств, используемых для массовой аудитории. Так, для рекламы, ориентированной на массовую аудиторию, характерны оценочные слова и выражения.

В современном китайском обществе качества и функции *hi-tech*-товаров быстро повышают эмоциональные требования массовой аудитории. Не только сами товары ценят китайские покупатели, но и сопровождающие услуги, в которых учитывают духовно-культурные ценности, безопасность личных данных и другие эмоциональные потребности людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карпенко С. Ю. Языковые особенности рекламных слоганов на примере производителей мобильных устройств / С. Ю. Карпенко, С. А. Аникина // Современное педагогическое образование. — 2019. — № 9. — С. 181–186.

2. Хуснетдинова Р. Я. Аспекты изучения односоставных предложений в башкирском языке / Р. Я. Хуснетдинова // Вестник Башкирского университета. — 2011. — Т. 16. — № 3(1). — С. 1013–1015.

3. Воронцова Т. А. Фактор адресата в промышленной рекламе / Т. А. Воронцова // Вестник удмуртского университета. История и филология. — 2017. — № 5. — С. 795–799.

4. Богуславская В. В. Социальное взаимодействие в рекламном техническом дискурсе. / В. В. Богуславская, Хунбо Юй // Современные исследования социальных проблем. — 2022. — Т. 14. — № 1. — С. 97–120.

Pushkin State Russian Language Institute
Boguslavskaya V. V., Doctor of Philology, Professor of the
of Russian Arts and Intercultural Communication Department
E-mail: boguslavskaya@gmail.com

Jilin University of Finance and Economics
Yu Hongbo, Lecturer of the Russian Language Department
of the International School of Economics and Trade
E-mail: Amy5616@yandex.ru

ГЕНДЕРНЫЕ ПАРАДОКСЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ¹

Л. А. Брусенская, И. В. Беляева

Ростовский государственный экономический университет

Поступила в редакцию 20 июня 2023 г.

Аннотация: в статье рассматриваются не тривиальные несоответствия, присущие членам привативной грамматической оппозиции, а более редкие, лексикализованные проявления гендерной асимметрии. Парадоксы, связанные с гендерными характеристиками (отсутствие логичных родовых параллелей, формирование у родовых коррелятов различной прагматики и даже энантиосемии) анализируются с точки зрения их когнитивных характеристик и лингвопрагматических параметров. На материале актуальных современных текстов, главным образом — медиа 2022–2023 гг., с помощью когнитивного и контекстуального лингвопрагматического анализа охарактеризованы лексические и грамматические единицы, манифестирующие гендерные парадоксы.

Ключевые слова: экспрессивная грамматика, категория рода, гендерная асимметрия, феминитивы, парадоксальная форма, прагматическое содержание языковых единиц.

Abstract: the article considers not trivial inconsistencies inherent to components of the privative grammatical opposition, but more rare, lexicalized manifestations of gender asymmetry. The paradoxes associated with gender characteristics (the absence of logical generic parallels, the formation of generic correlates with different pragmatics and even enantiosemy) are analyzed in terms of their cognitive characteristics and linguistic-pragmatic parameters. Lexical and grammatical units manifesting gender paradoxes are characterized on the material of actual modern texts, mainly media of 2022–2023, with the help of cognitive and contextual linguopragmatic analysis.

Keywords: expressive grammar, gender category, gender asymmetry, femininitives, paradoxical form, pragmatic content of linguistic units.

Парадигмы семантически детерминированных морфологических категорий, таких как число и род, включают в себя парадоксальные формы — единственное число для обозначения множества (так называемые обобщенно-собирающее значение и значение класса), мужской род для обозначения женщин (*врач*) и т.п. Категория рода личных имен существительных, как известно, представляет собой привативную грамматическую оппозицию с маркированным женским родом. Выбор немаркированного мужского или маркированного женского рода для обозначения лица женского пола определяется комплексом факторов, учет которых «снимает» противоречие. Так, немаркированный мужской род уместен при более абстрактном употреблении (тогда не важен пол обозначаемого лица) или в официально-деловом стиле, в то время как маркированный женский род более пригоден в межличностном общении (здесь маркировка по признаку пола очень существенна).

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и МОНРЮО в рамках научного проекта № 21–512–07002 «Разноуровневые речевые конституенты конфликтной коммуникации».

В работах А. А. Потебни, В. В. Виноградова, А. М. Пешковского устанавливался продуктивный характер категории рода в языке, в индоевропейских языках, в частности в русском. Эта категория может использоваться для обеспечения реализации семантического и прагматического потенциала лингвистических единиц. Современный материал показывает, что развитие и обогащение этой категории продолжается, о чем свидетельствует элиминирование гендерных лакун, изменение сочетаемости гендерно маркированных номинаций, переосмысление нормативности, связанной с категорией грамматического рода.

Неоднократно отмечалось, что в русском языке главная номинация *Homo sapiens* — человек парадоксальна в том смысле, что, во-первых, не имеет женского коррелята, а, во-вторых, далеко не всегда уместна по отношению к лицу женского пола [1–3]. В обыденном языковом сознании слово *человек* прочно ассоциируется с лицом мужского пола. Это прекрасно видно, например, в реакциях персонажа (матери взрослого сына) из рассказа Л. Петрушевской «Детский праздник»:

— *Мама, я полюбил человека (пауза, мать кивает, подозревая бог весть что). Мама, этот человек беременный (мать кивает чуть ли не с облегчением).*

По той же причине *молодой человек* — этикетное обращение исключительно к мужчине. Некорректно использование слова *человек* в контекстах, где речь идет о типично женских атрибутах внешности или одежды: *вошел человек на высоких каблуках, в короткой юбке и под*. Ср. появление сомнительных с точки зрения нормативности форм, которые можно охарактеризовать как элиминированные лакуны категории рода:

Однажды, в ранней своей семиотической молодости, я брякнул кому-то из взрослых коллег, то ли статной лингвистке Н., чуть постарше меня и очень мне нравившейся, то ли еще более зрелому востоковеду П., пользовавшемуся репутацией университетского гуру, а может, обоим сразу, что всякая там любовь и ревность — матери не столько реальные, половые, физические, сколько условные, символические, ритуальные [4, 167]; А в свое время я, выражаясь по-зоценковски, конечно увлекался одной лауреаткой [4, 110].

Еще один парадокс — соотношение коррелятов *профессионал* — *профессионалка*. В «Толковом словаре названий женщин», составленном Н. П. Колесниковым [5], женский коррелят представлен как семантически идентичный мужскому: *профессионалка* — высококлассный специалист женского пола в той или иной сфере. Между тем это далеко не так. Ср. такое свидетельство: «Введите в гугл-картинки слово «профессионал» — появятся мужчины в костюмах или в худшем случае с дрелью... А попробуйте «профессионалка» — и увидите, увы, проститутки» [6, 212]. Женский коррелят в значении «проститутка» используется в комедии Эльдара Рязанова «Старые клячи». Е. В. Мелихова совершенно справедливо пишет о сформированной энантиосемии: мощная позитивная прагматика слова *профессионал* не просто деформируется, а обращается в свою противоположность в форме *профессионалка* [3, 27]. И при необходимости применить понятие профессионализма к женщине используется исключительно мужской коррелят, ср.:

...эта женщина (я потом учился у нее в аспирантуре) вовсе не была сталинисткой, скорее наоборот, просто она была профессионалом [7, 3]. В этом примере показательное феминное обозначение *сталинистка*, которое коррелирует с мужским родом слова *профессионал*.

Интересный пример гендерной асимметрии представляет собой слово *старик* и форма множественного числа — *старики*. Давно сформировалась традиция применять слово *старика* к пожилой супружеской паре, к родителям (*старика Базаровы* у Тургенева; *Постарели мои старики* — строка из песни И. Саруханова на слова С. Осиашвили и т.п.). Применяется форма *старика* к лицам обоего пола, когда речь идет, например, об артистах старшего поколения (*великие мхатовские старики*). Более того, форма

старика используется даже тогда, когда имеются в виду только женщины, ср.: *Учился у Михаила Царева, видел великих стариков наших — Нифонтову, Гоголеву [8, 15].* Невозможно **видел великих старух наших — Нифонтову, Гоголеву*.

Поразительно то, что в форме множественного числа *старика* совершенно утрачивается пейоративность, в той или иной степени присущая формам единственного числа. А у множественного числа *старухи* пейоративность сохраняется, именно поэтому в приведенном контексте эта форма невозможна.

В последние десятилетия категория грамматического рода развивается по за счет элиминирования системных лакун [9–10]. Сорок лет назад А. А. Брагина [11, 72] утверждала, что слово *пловец* не имеет женского коррелята. Конечно, слово *пловчиха* было в ходу, но суффикс *-их-* делал сомнительной возможность использования этого слова с нейтральной прагматикой. Двадцать лет назад Г. В. Бортник [12] писал об отсутствии женских вариантов к словам *асс, авторитет, виртуоз, гений, универсал, лауреат, дипломат, гроссмейстер, мастер спорта, герой, анималист, документалист, режиссер, вождь, политик*.

За прошедшие два десятилетия норма в отношении этих слов и женских коррелятов к ним претерпела значительные изменения. Во-первых, женские корреляты стали обычными в медиадискурсе: *...22 января главная дипломатка Германии Анна-лена Бербок заявила, что Германия не станет возражать против поставок танков через третьи страны, да и вообще — «всякое может быть» [13, 2];*

По данным британской газеты The Sun, основных претендентов на сей пост пять. Прежде всего это упомянутая «председательница Евросоюза» Урсула фон дер Ляйен. <...> На этом фоне чуть более эстетично выглядит еще одна кандидатка — экс-президент Хорватии Колинда Грабар-Китарович [14, 7];

Две недели назад мы писали о том, как потомственная евробюрократка рядится в одежды французской националистки для консолидации правых протестных настроений... <...> Итог выборов показал не только верность председательницы «Национального объединения» этому нехитрому плану, но и куда более занятные вещи. <...> С одной стороны, причиной этой умеренности на внутрифранцузском фронте стала беззубость Ле Пен — о том, что кандидатка не представляет серьезной угрозы для Макрона говорили еще перед первым туром. <...> Не будем все-таки считать Марин маргинальной оппозиционеркой и искренней противницей НАТО и Евросоюза [15, 2];

Так вот: без художника Россия проживет спокойно. Без авторок и блогеров. Без рэперов и модельеров [16, 5]. Ср. также:

Заголовок **Министерки** обороны. Текст: *Время от времени медиа показывают нам военных министров европейских стран. Чаще всего это интерес-*

ные дамы средних лет. Это как бы должно означать, что вот она, красота, спасет мир [17, 29]. Ср. также иллюстративный материал, включающий многочисленные формы типа президентка Санду, премьер-министерка, актерка, моделька, магесса из интернет-источников, в работе [18].

Конечно, во всех этих случаях феминитивы прагматически отмечены — чаще всего они коннотируют пейоративность и потому не пригодны как нейтральные обозначения в стандартных (официально-деловых) текстах.

Но, во-вторых, сделаны определенные шаги в сторону узуальности и нормативности феминитивов: в документах Московского международного кинофестиваля 2021 г. появилась номинация режиссерка (наименование фестивальной программы «Кинорежиссерки нашего времени»). Так что теперь эта форма не только отражает все оттенки пейоративности, но может служить и нейтральным наименованием женщины по профессии. Началось такое движение и у других феминитивов. Ср. феминитивы в тексте введения к книге М. Бобылевой «Мы так говорим» [6]:

Есть еще книга лингвистки Ирины Фуфаевой «Как называются женщины»... Спасибо психологине Заре Арутюнян, с которой мы весело и продуктивно провели не одну публичную дискуссию...

В «Малом словаре феминитивов» Л. Мазикиной создатели словаря поименованы так: редактриса Наталья Крайнова, бета-чтица Хали Кулешова, корректорка Холли [12]. То есть показательна и сама нормализаторская работа в сфере феминитивов (их лексикографирование), а также активное продвижение неузуальных (пока) образований [20–27].

Установлено, что род антропонимов напрямую связан с социальными обстоятельствами — распространенностью/нераспространенностью той или иной профессии среди женщин [1; 28]. Именно вследствие этой зависимости форма доярка неизмеримо более частотна, чем дояр, а слово уборщица оказывается единственной номинацией профессии:

Работа в военно-морском музее <...> внушила мне стойкое, прочное, вечное отвращение к уборке. И сочувствие к уборщицам. Если есть чистые символы энтропии этого мира — то это они. Их работу невозможно СДЕЛАТЬ, ее надо постоянно ДЕЛАТЬ. Тупую, тяжелую, грязную, унылую, беспросветную. Притом, заметьте, это единственная профессия в России, имеющая строго обозначенный пол: требуется всегда уборЩИЦА. Только в последнее время появились кое-где уборщици, люди из стран бывшего СССР [29].

Однако и эта связь с социальными обстоятельствами не является прямой и однозначной: распространенность профессии в случаях врач, доктор, терапевт и под. не привела к появлению нейтральных коррелятов женского рода как в случае учитель — учительница. В то же время именно популярность профессии режиссера среди женщин в кинемато-

графе постсоветского периода привела к широкому распространению формы режиссерка:

Я к тому, что сериал критиковали за мизогинию, в основном из-за придуманной режиссерки Саши Тапочек, за которой вы сами скрывались [30, 17].

Вполне понятен мужской род воинских званий и, соответственно, наименований лиц по воинскому званию, однако ср. заголовок статьи Д. Попова «Адмиралка и прочие «диверсити» [31, 6].

Лид: Одной из самых обсуждаемых фотографий на неделе была фотография трансгендерного адмирала США Рейчела Левина и зампомощника министра ядерной энергетики США Сэма Бринтона (тоже в женской одежде) в посольстве Франции на приеме в честь Дня взятия Бастилии. На снимке персонажи статьи — в женской одежде (Рэйчел Левин в адмиральском кителе и юбке, Сэм Бринтон — в мини-юбке). Ср. также:

История с Одри Хейл не стала исключением — NBC News поведала миру душещипательную историю о том, как Одри... то есть, простите, Эйден, очень расстроилась... то есть расстроился из-за гибели своей подруги прошлым летом — это, вкупе с трансфобией общества и жестокостью всех вокруг по отношению к трансам, подтолкнуло нашу героиню... героя к совершению преступления [32, 2].

Этот текст вполне соответствует мыслям М. Бобылевой [6, 208]: называть человека надо в том роде и тем именем, которое он себе выбрал, причем даже если речь идет о прошлом существовании с изначальной гендерной идентичностью. Получается парадокс: надо говорить не только трансгендер Катя пришла в клуб, но и в десять лет Катя поступила в футбольную школу, в 18 лет Катя пошла в армию, в 25 — женилась... Другой предмет внимания М. Бобылевой — небинарные люди, которые не ассоциируют себя твердо с определенным полом (например, дочь актера Михаила Ефремова Анна-Мария — небинарный человек и говорит о себе в мужском роде, но при этом, отмечает М. Бобылева [6, 208], сказать про Анну-Марию «сын» нельзя). Думаем, что законодательно принятый запрет на пропаганду нетрадиционных сексуальных отношений, исключение из общественной повестки темы трансгендеров, смены пола и проч. сами по себе устранят проблемы таких номинаций.

Отмеченное влияние социальных факторов на особенности использования гендерно мотивированных наименований распространяется и на область синтактики. Полвека назад начала завоевывать позиции (не без сопротивления!) координация по женскому роду типа врач сказала. В наши дни процесс унификации сочетаемости продолжается. Нелогичность современной нормы хороший врач сказала побуждает к динамическим переменам, ср.:

Новая пресс-секретарь не разочаровала: всего за два месяца она породила столько ляпов, глупостей

и оговорок, сколько не допустила за четыре года своего присутствия на постах пресс-секретаря важнейших американских ведомств даже сама Псаки.

Через несколько дней стало ясно, что это была не оговорка не слишком **внимательного к своим словам пресс-секретаря**, а сознательная линия Демократической партии [33, 2].

В приведенном примере показательна, с одной стороны, новая сочетаемость с атрибутом по женскому роду, а с другой — прежняя невозможность косвенных падежей для новых словосочетаний. Еще Л. Л. Буланин [34, 52–53] писал, что если и считать единицы типа *врач* словами общего рода, то это будут «однопадежные слова» (потому что невозможно: *молодой врач*, *молодой врачу* и под.). И современный журналист избегает косвенного падежа: **внимательной пресс-секретаря* (при том, что ранее было *новая пресс-секретарь*, а не *новый пресс-секретарь*).

Особенность русского языка, неоднократно отмеченная грамматистами, состоит в том, что женские корреляты чаще всего оказываются прагматически маркированными (чаще — негативно). В этом тоже заключается в известном смысле парадокс: формы, которые призваны точно обозначить лицо женского пола по профессии, «нагружаются» добавочными смыслами (чего очевидно нет в болгарском, чешском, польском — языках южнославянской и западнославянской групп). Понятно, почему заведомыми пейоративами будут формы женского рода применительно к мужчинам (*баба* о мужчине), но то, что феминитивы применительно к женщинам регулярно становятся знаками иронии, осуждения, насмешки, пренебрежения, сарказма, — это данность, причины которой не вполне осмыслены. Конечно, есть наблюдения относительно исторической пейоративности некоторых женских суффиксов (*-их-*), влияния семантики 'жена по мужу', но всю картину (прежде всего — применительно к образованиям с суффиксом *-к-*) они не объясняют. Впрочем, как было показано, эта картина начинает постепенно меняться: феминитивы активно завоевывают позиции и как нейтральные номинации.

Итак, асимметрия означающего и означаемого как кардинальное свойство знаковой системы языка сама по себе предопределяет возможность парадоксальных номинаций. Привативный (а не эквивалентный) характер категории рода антропонимов усугубляет эту возможность. Категория «гендер» особым образом модифицируется применительно к отдельным наименованиям типа *человек*, *профессионал* — *профессионалка*, *старики*, что порождает, с одной стороны, лингводидактические трудности, а с другой — возможности обыгрывания этого в выразительных текстах. Проблемы с такими особыми лексемами (как и с адекватной прагматической характеристикой новых феминитивов, с новой сочетаемостью по роду) могут быть решены на основе

детального лексикографического портретирования (по типу «малой монографии об отдельном слове» в духе идей Ю. Д. Апресяна), а также социолингвистического портретирования, учитывающего кодовые переключения, обусловленные типом коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ласкова М. В. Грамматическая категория рода в аспекте гендерной лингвистики: дис. ... д-ра филол. наук / М. В. Ласкова. — Ростов н/Д, 2001.
2. Малащенко М. В. Имя в парадигмах лингвопрагматики / М. В. Малащенко. — Ростов н/Д, 2003.
3. Мелихова Е. В. Проблемы лексикографирования конструкта «гендер» (на материале русского языка): дис. ... д-ра филол. наук / Е. В. Мелихова. — Ростов н/Д, 2008.
4. Жолковский А. К. Выбранные места, или Сюжеты разных лет: виньетки, рассказы, эссе, статьи / А. К. Жолковский. — М.: Колибри, 2016. — 573 с.
5. Колесников Н. П. Толковый словарь названий женщин: более 7000 единиц / Н. П. Колесников. — М.: Астрель: АСТ, 2002. — 607 с.
6. Бобылева М. Мы так говорим. Обидные слова и как их избежать / М. Бобылева. — М.: АСТ, 2021. — 224 с.
7. Сорокин Н. Искусство думать / Н. Сорокин // Завтра. — 2022. — № 28.
8. Гордеева Я. Александр Клюквин: Подружиться с родителями супруги помогла моя наглость / Я. Гордеева // Экспресс-газета. — 2023. — № 22.
9. Куликова Э. Г. Элиминированные лакуны vs потенциальные грамматические формы: корреляция понятий / Э. Г. Куликова, О. М. Акай, И. В. Беляева // Вестник Российского нового университета. — 2020. — Вып. 4. — С. 98–104.
10. Куликова Э. Г. Синтактика феминитивов и экологическое мышление / Э. Г. Куликова, О. М. Акай, З. К. Тедеева // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета. — 2022. — Вып. 3 (59). — С. 21–32.
11. Брагина А. А. Наблюдения над категорией рода в русском языке / А. А. Брагина // Вопросы языкознания. — 1981. — № 5. — С. 65–82.
12. Бортник Г. В. «Обидная» категория / Г. В. Бортник // Русская речь. — 2001. — № 2. — С. 51–54.
13. Титов И. Скрежет танков / И. Титов // Завтра. — 2023. — № 3.
14. Чесноков Э. Четыре дамы и один британский джонкер / Э. Чесноков // Комсомольская правда. — 2023. — 5 апр.
15. Зайцев К. Итоги борьбы нанайских девочек / К. Зайцев // Завтра. — 2022. — № 16.
16. Туханина О. Держите свою фигу в кармане. Но не вынимайте! / О. Туханина // Комсомольская правда. — 2022. — 20–27 апр.
17. Березин В. Министерки обороны / В. Березин // Литературная газета. — 2023. — № 19.
18. Акай О. М. Функционально-прагматический аспект гендерной асимметрии в современной медиасфере / О. М. Акай, З. Т. Хашхожева, А. М. Камбачоков и др. // Вестник Российского нового университета. — 2022. — Вып. 3. — С. 94–99.

19. Мазикина Л. Малый справочник феминитивов / Л. Мазикина. — М., 2020.
20. Беркутова В. В. Феминитивы в русском языке: лингвистический аспект / В. В. Беркутова // Филологический аспект. — 2019. — № 1 (45). — С. 7–26.
21. Бундова Ю. В. Феминитивы в современном русском дискурсе: лингвометодический аспект / Ю. В. Бундова, Е. П. Иванян // Поволжский педагогический вестник. — 2022. — Т. 10. — № 2 (35). — С. 64–68.
22. Ван Яньбин. Новейшие феминитивы и их отражение в «Викисловаре» и в языке Интернета / Ван Яньбин // Актуальные вопросы современной филологии: теория, практика, перспективы развития. — Краснодар, 2018. — С. 68–70.
23. Гузаерова Р. Р. Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве / Р. Р. Гузаерова, В. А. Косова // Филология и культура. — 2017. — № 4. — С. 11–15.
24. Захарчук Е. А. Феминитивы в коммуникативном пространстве современности: проблемы словообразования и словоупотребления / Е. А. Захарчук // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2021. — Вып. 3 (40). — С. 378–387.
25. Курбатова Л. П. Социальный и лингвистический аспект процесса образования феминитивов / Л. Л. Курбатова // Инновационные технологии и подходы в межкультурной коммуникации, лингвистике и лингводидактике. — Барнаул, 2018. — С. 79–81.
26. Медведева А. А. Словообразовательные особенности феминитивов современного русского языка / А. А. Медведева // Язык, литература, ментальность: разнообразие культурных практик. — Курск, 2018. — С. 189–201.
27. Фуфаева И. В. Как называются женщины. Феминитивы: история, устройство, конкуренция / И. В. Фуфаева. — М.: АСТ; CORPUS, 2020. — 304 с.
28. Сосновская Т. И. Социальная детерминация грамматических форм в современном русском литературном языке: дис. ... канд. филол. наук / Т. И. Сосновская. — Ростов н/Д., 2006. — 160 с.
29. Москвина Т. Жизнь советской девушки / Т. Москвина. — М., 2023. — Режим доступа: https://sharlib.com/read_413497-35 (дата обращения: 18.06.23).
30. Ноздряков Д. Слова «конец света» раньше казались смешными / Д. Ноздряков // Собеседник. — 2022. — № 46.
31. Попов Д. Адмиралка и прочие «диверсити» / Д. Попов // Московский комсомолец. — 2022. — 20–26 июня.
32. Титов И. Озверение в Теннесси / И. Титов // Завтра. — 2023. — № 13.
33. Зайцев К. Адский Джо / К. Зайцев // Завтра. — 2022. — № 35.
34. Буланин Л. Л. Трудные вопросы морфологии / Л. Л. Булавин. — М.: Просвещение, 1976. — 207 с.

Ростовский государственный экономический университет

Брусенская Л. А., доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и культуры речи
E-mail: brusenskaya_l@mail.ru

Беляева И. В., доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и культуры речи
E-mail: irinabelyaeva23234@mail.ru

Rostov State University of Economics
Brusenskaya L. A., Doctor of Philology, Professor of the Russian Language and Speech Culture Department
E-mail: brusenskaya_l@mail.ru

Belyaeva I. V., Doctor of Philology, Professor of the Russian Language and Speech Culture Department
E-mail: irinabelyaeva23234@mail.ru

АЛЬМАНАХИ РУССКОГО БЕРЛИНА (1920–1930): ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ, ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

С. Н. Гладышева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 20 июля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается опыт издания русскоязычных альманахов в Берлине 1920–1930-х гг. Особое внимание обращается на способность альманахов мобильно реагировать на динамику литературного процесса, интенсивность диалога литератур эмиграции и Советской России на их страницах.

Ключевые слова: альманах, первая волна российской эмиграции, русский Берлин.

Abstract: the article examines the experience of publishing Russian-language almanacs in Berlin in the 1920s and 1930s. Particular attention is paid to the ability of almanacs to react mobile to the dynamics of the literary process, the intensity of the dialogue between the literatures of emigration and Soviet Russia on their pages.

Keywords: almanac, the first wave of Russian emigration, Russian Berlin.

В системе печати эмиграции первой волны наряду с газетами и журналами широко представлены альманахи. Как тип издания, переходный характер которого «проявляется в его пограничном положении между литературой и журналистикой» [1, 3], альманах оказался востребованным в переломное послереволюционное время в формирующемся медиaprостранстве русского зарубежья. Его популярность объяснялась также отсутствием средств у эмигрантов на полномасштабное периодическое издание.

Следует отметить, что альманахи русского зарубежья, в отличие от газет и журналов, недостаточно изучены. Сведения справочного характера об альманахах эмиграции содержатся в труде Н. А. Богомолова «Материалы к библиографии русских литературно-художественных альманахов и сборников. 1900–1937» [2]. Существует статья обзорного характера В. В. Леонидова «Альманахи», написанная для четвертого тома «Литературной энциклопедии русского зарубежья. 1918–1940» [3], а также краткий обзор автора данной статьи, посвященный альманахам, издаваемым эмигрантами первой волны в Берлине [4].

Альманахи, выходящие в Германии в 1920–1923 гг., когда Берлин по праву считался столицей русского зарубежья и обозначил золотой век книгоиздания русского рассеяния, имели особое значение. «Условия послевоенной инфляции и относительной дешевизны в Германии создали <...> благоприятную атмосферу для издательского предпринимательства» [5, 32]. По данным «Каталога книг, вышедших вне России по июнь 1924 г.», в Берлине насчитывалось 86 русских издательств [6, IX–XIV]. Установле-

ние дружественных отношений между Советской Россией и Веймарской республикой способствовало появлению в Берлине издательств, готовых обслуживать и советский, и эмигрантский рынок; печатать авторов, проживающих как внутри, так и вне России. Поэтому особенностью этого периода стал интенсивный диалог литератур эмиграции и Советской России. Не случайно Г. Струве будет присуще восприятие Берлина «как стыка двух литератур» [5, 35].

Переключка эмигрантской и советской лирики присутствовала на страницах альманаха «Из русской поэзии» (1921), который включал большие подборки стихов К. Бальмонта, В. Брюсова, А. Блока, а также несколько стихотворений Ф. Сологуба и Д. Мережковского.

Альманахи «Поэзия большевистских дней» (1921), «Поэзия революционной Москвы» (1922) знакомли читателей с творчеством поэтов, живущих на родине. Программа первого альманаха определялась публикацией поэмы А. Блока «Двенадцать», которая открывала сборник. Здесь же были напечатаны цикл С. Есенина «Преображение», несколько произведений В. Каменского, стихи А. Мариенгофа, П. Орешина, а также два стихотворения Б. Пастернака.

Общий тон стихотворений альманаха «Поэзия революционной Москвы» был уже несколько иным. Сюда вошли произведения С. Есенина из книги «Исповедь хулигана», Б. Пастернака из книги «Сестра моя — жизнь», стихотворение О. Мандельштама «Сестры — тяжесть и нежность...», А. Ахматовой «Чем хуже этот век предшествовавших...», большая подборка стихов Вяч. Иванова, в том числе «Зимние сонеты», и несколько произведений М. Цветаевой. На фоне этих произведений, в которых звучат тревожные размышления о судьбе родины, о спасении

человеческой души, стихотворения В. Маяковского «Наш марш» и «Приказ по армии искусств» кажутся диссонансом в этой книге. Наполненные революционной патетикой, они воспевали строительство новой жизни в России, отказ от старых порядков и умонастроений.

Постепенно в русскоязычной прессе Берлина обнаружилось размежевание между литераторами, не принявшими советскую власть, и теми, кто сочувствовал большевикам. Об этом свидетельствует раскол в редакции литературно-художественного альманаха «Веретено», который произошел сразу после выхода первого (и единственного) номера летом 1922 г. Альманах «Веретено» выпускало одноименное содружество писателей, художников и музыкантов. «Чуждое всякой политике», оно предполагало «бороться с разложением русской литературы <...> не намерено ограничиваться деятельностью в эмиграции, но вступило в тесную связь с родственными ему творческими силами в России» [7]. В альманахе наряду с рассказом И. Бунина «Темир Аксак-Хан» были помещены стихи В. Набокова (Сирина), поэма в прозе И. Лукаша «Государь», «Христов крестник» А. Ремизова и «Коломенская пастила» Б. Пильняка. Раздел «Критические статьи» представлен статьями С. Маковского о личности и творчестве И. Анненского; Э. Голлербаха о состоянии петербургской поэзии — «Дары поэтов», статьями В. А. Амфитеатрова-Кадашева «Поиски ключа», где он попытался осмыслить роль интеллигенции в последних кровавых российских событиях. «Надо преодолеть революцию и Россию, — утверждал Амфитеатров-Кадашев, — т.е. преодолеть извечную тьму и хаос, выявленные в злом символе — Деревне, возродить и утвердить создание героической воли — “прекрасно-страшный Петербург”» [8, 229].

Когда один из основателей альманаха А. Дроздов поддержал А. Толстого, решившего вернуться на родину, и сменевеховскую газету «Накануне», из состава редакции вышли И. Бунин, В. Набоков и другие литераторы, враждебно относившиеся к советской власти. Раскол в объединении «Веретено» повлиял на отзывы критики об альманахе. Г. Струве отмечал, что «в “Веретене” нет никакого единства, и судить о нем как о выявлении какого-либо литературного течения поэтому не приходится» [9, 374].

В апреле 1922 г. в издательстве «Огоньки» вышел единственный номер «Московского альманаха», значительную роль в подготовке которого сыграл А. Белый. Он писал в предисловии: «Книга, в которой мы встретились, сложилась сама собой: и в ней оказались мы, не размышляя о том, почему в ней те, а не иные» [10, 8]. Но после чтения произведений, включенных в альманах, становился понятным принцип подбора материала: все тексты сборника в той или иной степени связаны с переломным временем в России. Критик журнала «Новая русская книга» Ф. Иванов

особо выделил трех авторов альманаха, живущих на родине: «Три писателя — о России сегодняшнего дня: В. Лидин, знавший радости спокойной работы предреволюционного “вчера”, пришедший в революцию уже во всеоружии писательской техники, Пильняк — известный с послеоктябрьских дней, революцией вскормленный и ею повитой, и третий, чье имя звучит впервые, но так обещающе. Я говорю о рассказе “Идут” и об авторе его Яковлеве» [11, 17].

Следует отметить, что в России выходил альманах с аналогичным названием — «Московский альманах». Было выпущено два номера — в 1922 и 1923 гг., в которых были представлены произведения литераторов, как живущих в России (А. Блок, В. Вересаев, В. Шишков, Б. Пильняк, Н. Телешов и др.), так и находящихся в эмиграции (К. Бальмонт, В. Ходасевич, Б. Зайцев, А. Белый, А. Ремизов и др.).

В 1922 г. книгоиздательство «Слово» выпустило альманах «Собачья доля. Петербургский сборник рассказов». Название сборника взято из одноименной сказки А. Ремизова, опубликованной впервые в журнале «Солнце России» в 1911 г. и вошедшей в данный сборник. Также в издании были напечатаны анималистические рассказы Е. Замятина «Глаза», А. Ремизова «Находка», И. Соколова-Микитова «Вой», В. Ирецкого «Собачья жизнь» и В. Шишкова «Азор». Произведения альманаха передают чувство потерянности и отчужденности, которые переживали русские писатели после октябрьского переворота. На сборник «Собачья доля» откликнулись почти все крупные газеты русского зарубежья — «Последние новости», «Руль», «Сегодня», «Голос России», «Время», «Последние известия».

Саша Чёрный отмечал в рецензии на страницах «Голоса России» политический подтекст альманаха: «Перед нами коллективный памфлет, посвященный петербургской жизни под ярмом большевизма. Собачьего переживания тяжелых дней являются единственной общей темой рассказов и отрывков, из которых составлена книга. <...>. Лучше других вещей “Находка” Алексея Ремизова, но этот рассказ лишь подтверждает отмеченное выше, ибо здесь в центре повествования не собака, а обитатели многоэтажного дома, терпящие от холода и от декретов, от собственного оскудения и от порчи канализационных труб» [12].

Целью альманаха «Детинец», первый и единственный номер которого был напечатан в 1922 г. в «Русской типографии Е. А. Гутнова», было предоставление свободной трибуны для всех течений монархической и национальной мысли за рубежом.

Сборник выделялся балансом художественных и публицистических произведений. Он открывался стихами М. Волошина «Заклятие о Русской Земле». И. Наживин напечатал в сборнике юмористический рассказ «Федеративный социалист Васютка» с посвящением И. Бунину и статью «У разбитого

корыта», а также рассказ «На столах» под псевдонимом М. Булановский и «Письмо в редакцию “Детинца”», подписав его «Рейхенхаллец». В «Детинце» были напечатаны статьи Т. Локотя «Большевизм и культура», П. Краснова «Задачи Российской армии», Д. Пестржецкого «Оплата труда рабочего в советской России осенью 1921», П. Извольского «К вопросу о соединении Церквей». В статье Наживина содержится призыв к интеллигенции признать свою вину за все произошедшее в России. Те же мысли звучат в статье Т. Локотя: «Не удивительно сорвавшееся когда-то с уст Жозефа де Местра пророчество о том, что Россию погубит не революция, во главе которой будут стоять Пугачёвы из народа, а та, во главе которой будут стоять “Пугачёвы из университета”» [13, 99].

Завидным единством отличался литературный альманах «Грани» (1922–1923, №№ 1–2), в опубликованных на его страницах произведениях Л. Андреева, Г. Гребенщикова, В. Набокова, А. Ремизова, Саши Чёрного, А. Куприна, М. Слонима заметна плодотворная попытка воссоздать былую Россию. Г. Алексеев откликнулся в журнале «Сполохи» на выход первого номера альманаха: «Едва ли не первое русское издание, от которого так приятно пахло на эмиграцию литературным вкусом Петербурга, традициями подлинно толстых его журналов, его любовью к родному языку — прикушенному там, имеющемуся здесь. Любовь эта сказалась и в заботливом подборе хороших рассказов и стихов, в порядке их, в печати и обложке» [14].

В 1923 г. издателям литературного альманаха «Грани» удалось выпустить очередной номер, где были представлены рассказы А. Куприна «Золотой петух» и Г. Гребенщикова «Леший ухмыляется», несколько стихотворений Саши Чёрного. В. Сирин опубликовал перевод-мистификацию трагедии Вивiana Калмбруда «Скитальцы. 1768 г. Лондон». С большой статьей об итальянской литературе выступил М. Слоним. Второй выпуск «Граней» высоко оценила А. Даманская, писавшая под псевдонимом Арсений Мерич. В своей рецензии, опубликованной в газете «Дни», она утверждала, что это «богатая содержанием, умело подобранным материалом и приятно изданная книга» [15].

Особо она отметила рассказ Куприна «Золотой петух», который, по ее мнению, является «таким ликующим, таким восторженным гимном жизни» [17], что трудно поверить, что он написан во Франции, а не в России. В сравнении Куприным восхода солнца с птицей Феникс, восставшей из пепла, критик видит веру автора в будущее России, в ее возрождение. «Из пепла, дыма и раскаленных углей, с Востока, того где находится Россия, конечно, и для всех нас прозвучит призывной крик, Золотого Феникса, на который радостно откликнутся умеющие слушать» [15], — уверена А. Даманская.

В 1922 г. в издательстве «Русское творчество» была выпущена книга «Серрапионовы братья: заграничный альманах», она явилась продолжением сборника «Серрапионовы братья: альманах первый», который вышел весной того же года в Петрограде в издательстве «Алконост». Основное место в берлинском альманахе заняла проза. Тяготение «серрапионов» к Гофману еще раз подтвердил в этом сборнике В. Каверин, опубликовав здесь свой рассказ «Хроника города Лейпцига за 18... год». Другие рассказы навеяны мистическими и библейскими сюжетами (например, новелла Л. Лунца «В пустыне»). Там же напечатаны стихи Н. Тихонова. Критику представила статья И. Груздева «Лицо и маска», посвященная проблеме соотношения автора и литературного героя в творчестве Ф. М. Достоевского, А. М. Ремизова, Е. И. Замятина.

Издательство «Манфред» в 1923 г. выпустило литературный альманах «Струги», в котором печатались Ю. Балтрушайтис, М. Цветаева, В. Ходасевич, Б. Пастернак, главы из романа И. Эренбурга «Жизнь и смерть Николая Курбова», «Русские повести» А. Ремизова, статья А. Белого «Проблемы культуры» и рассказ А. Толстого «Мишука Налымов».

Берлинская литературная группа «4+1», в которую входили четыре поэта — А. Присманова, Г. Венус, С. Либерман, В. Андреев — и один критик Владимир (Бронислав) Сосинский, в конце 1923 г. (на обложке указан 1924 г.) выпустила альманах «Мост на ветру, 4+1». Б. Сосинский написал вступительную статью «Улыбка на затылке», в которой он характеризовал группу так: «В нас много трагического, удушающего — вот почему я, говорящий об искусстве, радостно улыбаюсь. Пафос трагедии и комедии одинаково солнечен. Наш внутренний несгораемый двигатель, несмотря на сдавленное горло, запекшуюся гневом кровь и перекрученную голову — так, что затылок впереди, — все-таки улыбка» [16].

Постепенно ситуация в издательской среде Берлина менялась. Нарастание националистических тенденций в немецкой политике, экономические трудности, а также постепенное угасание надежд эмигрантов на скорое возвращение на родину способствовали их оттоку из Берлина. После перемещения столицы русского зарубежья в Париж традиции издания альманахов в Берлине продолжались, хотя и не столь интенсивно.

Заслуживает внимания поэтический альманах «Новоселье», выпущенный литературным объединением «Клуб поэтов» в 1931 г. со стихами М. Горлина, Р. Блох, С. Прегель, В. Пиотровского, Н. Белоцветова. Название позаимствовали у альманаха пушкинской поры, который выходил в Санкт-Петербурге в 1833–1834 гг.

Н. Оцуп в рецензии, опубликованной в журнале «Числа», отмечал в «Новоселье» стихи Белоцветова, «особенно второе, быть может лучшее в сборнике»

[17, 230]. Однако, по мнению критика, «говорить о берлинских молодых поэтах как о самостоятельном явлении, конечно, было бы ошибкой. Нет принципиальных отличий между ними и их литературными сверстниками, проживающими в Париже. Те и другие всего ближе к заветам “петербургской поэзии” с ее хорошим средним уровнем, грамотностью и чувством меры. Не мешает только помнить, что все эти достоинства ничего не стоят, пока пишущий не научится в стихах оставлять след своей жизни» [17, 230].

Эти слова Н. Оцупа — «в стихах оставлять след своей жизни» — можно считать заветом представителя старшего поколения эмиграции, обращенным не только к авторам «Новоселья», но и ко всем молодым поэтам русского зарубежья. Следует отметить, что участница альманаха «Новоселье» С. Прегель в годы Второй мировой войны создаст в Нью-Йорке одноименный литературно-художественный журнал, который будет выходить в 1942–1950 гг.

Альманахи, отличающиеся свободной периодичностью выхода в свет, подвижностью, способностью мобильно реагировать на динамику литературного процесса, отразили богатую литературную жизнь русского Берлина, а также наиболее яркие явления словесности Советской России. Время расцвета берлинских альманахов пришлось на 1921–1923 гг. Нередко в качестве учредителя альманаха выступал литературный кружок или объединение («Веретено», «Серапионовы братья», «4+1», «Клуб поэтов»), члены которого стремились представить свои произведения читателям. Опыт издания берлинских литературно-художественных альманахов, хоть и недолговечных (их издание прекращалось после одного-двух выпусков), оказал заметное влияние на создание и функционирование альманахов в других центрах русского зарубежья — Париже, Праге, Варшаве, Риге, Шанхае.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балашова Ю. Б. Эволюция и поэтика российского литературного альманаха как типа издания: автореферат дис. ... д-ра филол. наук / Ю. Б. Балашова. — СПб., 2011.
2. Богомолов Н. А. Материалы к библиографии русских литературно-художественных альманахов и сборников. 1900–1937 / Н. А. Богомолов. — М., 1994.

*Воронежский государственный университет
Гладышева С. Н., кандидат филологических наук, доцент
кафедры журналистики и литературы
E-mail: svetglad@mail.ru*

3. Леонидов В. В. Альманахи / В. В. Леонидов // Литературная энциклопедия русского зарубежья: 1918–1940 / Т. 2. Периодика и литературные центры. — М., 2000. — С. 9–20.

4. Гладышева С. Н. Особенности берлинских альманахов русского зарубежья (1920–1930) / С. Н. Гладышева // Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. — М., 2023. — С. 639–640.

5. Струве Г. П. Русская литература в изгнании / Г. П. Струве. — Париж — М., 1996.

6. Каталог книг, вышедших вне России по июнь 1924 г. — Берлин, 1924.

7. [Б. п.] Веретено // Новая русская книга. — 1922. — № 5. — С. 27.

8. Амфитеатров-Кадашев В. А. Поиски ключа / В. А. Амфитеатров-Кадашев // Веретено. — 1922. — С. 209–229.

9. Струве Г. Веретено. Литературно-художественный альманах. Книга первая / Г. Струве // Русская мысль. — 1923. — Кн. I–II. — С. 374–376.

10. Белый А. Предисловие / А. Белый // Московский альманах. — Берлин, 1922. — С. 7–8.

11. Иванов Ф. «Московский альманах» / Ф. Иванов // Новая русская книга. — 1922. — № 9. — С. 17–18.

12. А. Г. [Гликберг А. М. (Саша Черный)]. «Собачья доля» / А. Гликберг // Голос России. — 1922. — 12 февр. — С. 11.

13. Локоть Т. Большевик и культура / Т. Локоть // Детинец. — 1922. — № 1. — С. 83–108.

14. Гл. А. [Алексеев Г.]. Литературный альманах «Грани» — Книга первая / Г. Алексеев // Сполохи. — 1922. — № 5. — С. 39.

15. Мерич Арсений [Даманская А.]. Литературный альманах «Грани». — Книга вторая. Берлин 1923 / А. Даманская // Дни. — 1923. — 1 апр. — С. 14.

16. Цит. по: Фрезинский Б. Мозаика еврейских судеб. XX век / Б. Фрезинский. — Режим доступа: <https://litlife.club/books/219902/read?page=49> (дата обращения: 11.06.2023).

17. Оцуп Н. Сборник союза молодых поэтов и писателей в Париже. V. 1931; «Новоселье». Сборник берлинских поэтов. Кн-во Петрополис. Берлин, 1931; Ирина Кнорринг. Стихи о себе. Париж, 1931; Г. Лузине. Тридцать два. Париж, 1931 / Н. Оцуп // Числа. — 1931. — № 5. — С. 229–231.

*Voronezh State University
Gladyшева S. N., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Journalism and Literature Department
E-mail: svetglad@mail.ru*

ОБРАЗ ВЕДУЩЕГО ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ФУНКЦИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА УНИВЕРСАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛАХ

Т. М. Дугужев

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 22 июля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается использование образа ведущего телепрограммы в контексте реализации культурно-просветительской функции на телеканалах «большой тройки» (Первый канал, «Россия 1», НТВ). Автором был проведен анализ культурно-просветительских телепередач, транслируемых на универсальных телеканалах в период с сентября 2022 г. по апрель 2023 г.

Ключевые слова: образ ведущего, культурно-просветительская функция телевидения, просветительские телепередачи, универсальные телеканалы, «большая тройка».

Abstract: the article discusses the use of the image of the TV host in the context of the implementation of the cultural and educational function on the TV channels of the «Big Three» (Channel One, «Russia 1», NTV). The author conducted an analysis of cultural and educational TV shows broadcast on all-interest TV channels in the period from September 2022 to April 2023.

Keywords: the image of the TV host, the cultural and educational function of television, cultural and educational TV shows, all-interest TV channels, channels of the «Big Three».

ВВЕДЕНИЕ

Культурно-просветительская функция телевидения на универсальных каналах реализуется посредством нескольких аспектов: культурно-просветительских телепередач, документальных фильмов и докудрам, новостных сюжетов о культуре в информационных программах, а также с помощью приглашения деятелей культуры в качестве ведущих программ, членов жюри или же приглашенных гостей. Последнее представляет наибольший интерес для нашей работы.

Известный теоретик Г. В. Кузнецов отмечал всепроникающее действие культурно-просветительской функции. По его словам, к культуре зрителя приобщает не только само смысловое содержание программ, но также грамотная речь ведущих, их воспитание и манеры [1, 27]. В нашем исследовании мы будем делать акцент на так называемых телеканалах «большой тройки» — Первом канале, «России 1» и НТВ. Это обусловлено тем, что по данным 2022 г. на эти три канала в совокупности приходится около 34% телевизионного потребления в России [2, 35].

Целью работы является определение специфики реализации культурно-просветительской функции на универсальных телеканалах в России. **Проблемой** исследования является определение особенностей интеграции деятелей культуры в качестве ведущих культурно-просветительских телепередач на универсальных телеканалах. **В задачи** исследования

входит характеристика культурно-просветительской функции современного телевидения, а также выявление особенностей формирования образа ведущего в культурно-просветительских телепередачах на универсальных каналах.

АКТУАЛЬНОСТЬ

В рамках нашего исследования, речь идет о различных деятелях искусств, артистах театра и кино, оперы и балета, искусствоведах и т.д. Привлечение таких личностей будет оказывать благотворное воздействие на аудиторию универсальных телеканалов: расширять область знаний, поддерживать развитие духовных качеств. С личностью ведущего часто связывается и жанр самой телепередачи, ведь этому способствует игровая природа телевидения [3, 54]. По мнению некоторых исследователей, журналист, назначенный на роль ведущего, намеренно выбирает себе то или иное амплуа, которое будет использовано в ходе работы [4, 71–108].

Таким образом, приглашение деятелей культуры в качестве ведущих, может положительно сказаться как на популярности программы, так и на опосредованном выполнении культурно-просветительской функции телевидения.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исходя из определений и признаков, данных в научной литературе, к культурно-просветительскому вещанию относятся передачи, направленные на развитие морально-нравственных качеств зри-

телей, расширение их кругозора и знаний в области искусства, общечеловеческой культуры, национальных традиций народов России и т.д.

В данном исследовании мы анализируем передачи, которые систематически выходили в эфир в теле-сезоне 2022–2023 гг., то есть имели определенный таймслот (от англ. *timeslot* — ячейка времени) в сетке вещания телеканалов «большой тройки». Кроме того, мы не анализировали «устаревший» культурно-просветительский контент, который уже транслировался на данных телеканалах ранее (так называемые повторы).

Таким образом, был проведен анализ культурно-просветительских телепередач, регулярно выходивших в эфир телеканалов «большой тройки» с сен-

тября 2022 г. по апрель 2023 г. Премьер каких-либо документальных телефильмов и документалок в данный период не происходило.

В соответствии с данным тезисом определим перечень передач универсальных телеканалов, которые мы относим к числу культурно-просветительских. Некоторые из этих телепрограмм, наиболее популярных и востребованных на телеканалах «большой тройки», можно одновременно отнести как к культурно-просветительскому виду вещания, так и к развлекательному и публицистическому видам телевизионного вещания [5]. В рамках анализа необходимо классифицировать телепрограммы исходя из их жанровых особенностей.

Таблица 1

Жанровая классификация культурно-просветительских телепрограмм на универсальных телеканалах

Конкурсы	
«Аватар» (НТВ)	«Страна талантов» (НТВ)
«Голос» (Первый канал)	«Три аккорда» (Первый канал)
«Маска» (НТВ)	«Ты супер!» (НТВ)
«Ну-ка, все вместе!» («Россия 1»)	«Угадай мелодию» (Первый канал)
«Поём на кухне всей страной» (Первый канал)	«Фантастика» (Первый канал)
«Синяя птица» («Россия 1»)	
Шоу	
«Дуэты» («Россия 1»)	«Песни от всей души» («Россия 1»)
«Моя мелодия» («Россия 1»)	«Привет, Андрей!» («Россия 1»)
Интервью и беседа	
«Жизнь и судьба» («Россия 1»)	
«Сегодня вечером» (Первый канал)	
«Судьба человека с Борисом Корчевниковым» («Россия 1»)	

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

Перейдем непосредственно к процессу анализа обозначенных телепрограмм (Таблица 1).

Конкурсы

«Аватар» (НТВ)

Ведущим программы является Вячеслав Макаров — юморист, участник Высшей лиги КВН. В состав жюри входят эстрадные исполнители, юмористы, блогеры. Текст, который произносит ведущий, составлен грамотно, содержит в себе множество разнообразных эпитетов. Ведущий всегда одет в строгий костюм, который способствует определению роли Вячеслава: он ведущий программы, ее «модератор». Члены жюри ведут себя довольно эксцентрично. Их речь проста, не избилует грамотными речевыми оборотами: в ней преобладают эмоциональные высказывания, неуместные шутки, пошлость, крики и споры. Чувствуется отсутствие какого-либо прописанного сценария. Реакция на выступления конкурсантов выглядит наигранной и искусственной. Учитывая все это, образ членов жюри для зрителей может быть скорее отталкивающим.

«Голос» (Первый канал)

Новой ведущей программы является Яна Чурикова. Она уже давно зарекомендовала себя в качестве профессионала, поэтому ее появление не вы-

звало большого резонанса, она деликатно «влилась» в формат программы и выглядит органично. Состав жюри меняется в каждом сезоне, однако редакторы и продюсеры программы стараются подбирать наставников таким образом, чтобы они представляли широкий спектр направлений в музыке, отражали разные возрастные категории зрителей. Таким образом, в числе наставников были композиторы и эстрадные исполнители разных жанров музыки (джаз, поп, рэп, рок, фолк и т.д.).

«Маска» (НТВ)

Ведущим программы также выступает Вячеслав Макаров, сохраняя свой привычный образ. Состав жюри и взаимодействие его представителей выглядит на экране органично, несмотря на яркие визуальные образы и наряды. Речь довольно свободная, присутствует много вольностей, спонтанных высказываний. Атмосфера в студии позитивная, члены жюри выглядят единой «командой». Отдельно следует упомянуть образ Регины Тодоренко, которая для каждой программы выбирает наряд определенного персонажа из истории, литературы, живописи и т.д. С помощью такого незамысловатого приема, хотя и опосредованно, но все же реализуется функция просвещения.

«Ну-ка, все вместе!» («Россия 1»)

Роль ведущего программы исполняет Николай Басков, лидером сотни является Сергей Лазарев, а ее члены — это сто экспертов и специалистов в различных областях музыки. Благодаря такому разнообразию реализуется задача по расширению кругозора зрителя, его познаний в области музыки. Визуальный образ сотни очень разнороден в силу различной профессиональной специфики, однако ведущий и лидер надевают классические костюмы, что говорит об их задаче — руководить процессом. Четкий сценарий отсутствует, а потому поведение ведущего довольно вольное, но это не отталкивает, а, наоборот, поддерживает дружелюбную и творческую атмосферу. Помимо этого, в каждой программе присутствует приглашенный гость, как правило, это эстрадный артист, работающий в жанре популярной музыки.

«Поём на кухне всей страной» (Первый канал)

Программу ведет Валдис Пельш. Весь процесс держится на виртуозной импровизации ведущего, при этом в программе нет неловких пауз, молчания, споров или дискуссий, которые часто имеют место при отсутствии сценария. Атмосфера в студии очень доброжелательная и радушная, во многом благодаря стараниям ведущего. Членами жюри являются актеры и музыканты, многие из них народные артисты: Светлана Крючкова, Валентина Талызина, Наталья Варлей и другие. Их присутствие привносит в студию атмосферу искусства, профессионализма и подлинного таланта.

«Синяя птица» («Россия 1»):

Программу ведет Дарья Златопольская. Речь ведущей очень грамотная, в ней чувствуется доброжелательное отношение к участникам программы. Благодаря грамотной сценарной работе, взаимодействию ведущей с членами жюри, зрителями, оркестром и участниками программы, нет ощущения того, что кому-то в зале отведена второстепенная роль. Членами жюри являются народные артисты России, представляющие мир искусства, а не популярную культуру и шоу-бизнес: Денис Мацуев, Марина Неёлова, Николай Цискаридзе, Сергей Безруков и Евгений Миронов. Приглашенными гостями являются Александра Пахмутова, Юрий Башмет, Евгений Стеблов, Олег Погудин, Светлана Безродная и многие другие. Таким образом, «Синюю птицу» можно назвать образцово-показательным примером того, как можно использовать образ ведущего, членов жюри и гостей программы в культурно-просветительских целях.

«Страна талантов» (НТВ)

Ведущим программы стал певец Алексей Воробьев, который также является членом жюри в программах «Ты супер!» и «Маска». Речь ведущего представляет собой выученный сценарный текст, который тем не менее помогает избежать неудобств, свойственным импровизации. Благодаря взаимодействию ведущего с участниками программы и членами жюри,

в студии складывается атмосфера творчества и уважения к талантам.

«Три аккорда» (Первый канал)

Ведущим конкурса выступает актер Максим Аверин, а членами жюри являются барды, музыканты и композиторы. В данной программе нет той излишней свободы, которая присутствует в некоторых других передачах данной группы. Ведущий, имея определенный шарм, все же действует согласно прописанному сценарию. Судьи также придерживаются определенного плана действий. Тем не менее, будучи признанными специалистами в данной области музыки, они высказывают авторитетное мнение, их суждения понятны зрителю, естественны и не выглядят фальшиво.

«Ты супер» (НТВ)

В программе работает пара ведущих: на сцене процессом руководит Вадим Такменёв, а за кулисами с детьми общается Анастасия Пак. В состав жюри входят эстрадные артисты и известные продюсеры. Главным достоинством жюри и ведущих является их деликатное поведение с детьми, радушная атмосфера, созданная в студии. Специфическая тематика программы сама по себе вызывает у зрителя множество эмоций, а действия жюри и ведущих усиливают эффект еще больше.

«Фантастика» (Первый канал)

Ведущим является юморист Вадим Галыгин, а членами жюри актеры и эстрадные артисты. Несмотря на то, что по формату программа «Фантастика» близка к «Аватару», их задачи и реплики четко определены сценарием и практически не выходят за его рамки. Стоит отметить, что зачастую наличие сценария дает положительный эффект, но здесь он, наоборот, будто «сковывает» действия жюри. Наблюдается атмосфера неестественного молчания, появляются большие паузы между репликами. Все происходящее кажется скучным, внимание зрителя рассеивается, снижается вовлеченность.

Шоу

«Дуэты» («Россия 1»)

Данную программу ведут Николай Басков и Сергей Лазарев, уже известные нам по шоу «Ну-ка, все вместе!». В отличие от него, в «Дуэтах» ведущие ведут себя значительно сдержаннее. Вероятно, это обусловлено тем, что эта программа не предполагает каких-либо перипетий сюжета и зрительского напряжения, нет соревновательного элемента. После выступления ведущие проводят короткую беседу с участниками, обсуждают впечатления и под оркестр исполняют знаменитые песни участников «дуэта». Рассказываются истории создания исполненных композиций и связанные с этим воспоминания артистов.

«Моя мелодия» («Россия 1»)

Ведущим вновь выступает Николай Басков. В данной программе его образ не отличается

от того, что используется в «Дуэтах». Важно отметить, что гостями программы становятся не только представители шоу-бизнеса, но и народные артисты России, люди из мира искусства: Светлана Дружинина, Александр Зацепин, Лариса Рубальская, Ангелина Вовк и другие. Их присутствие на экране, речь и манеры сами по себе являются некими элементами просвещения, так как через их творчество раскрывается часть культурной жизни прошлого и настоящего.

«Привет, Андрей!» и «Песни от всей души» («Россия 1»):

Обе программы ведет Андрей Малахов, который на протяжении многих лет является одним из наиболее востребованных телеведущих в нашей стране. Речь ведущего довольно сдержанная, грамотная, не имеет определенной эмоциональной окраски. Большая часть текста произносится в соответствии с написанным сценарием. Ведущий здесь не участник процесса, а его руководитель, организатор, остающийся немного в стороне от происходящего.

Интервью и беседа

«Жизнь и судьба» («Россия 1») и «Судьба человека с Борисом Корчевниковым» («Россия 1»):

Ведущим обеих программ является Борис Корчевников. Он давно зарекомендовал себя в качестве телевизионного интервьюера и, несмотря на кажущуюся простоту, способен вывести героя на неожиданные откровения. Ведущий умеет расположить к себе гостей и зрителей программы. Многие из гостей являются народными артистами, признанными талантами и любимцами публики, например Светлана Немоляева, Владимир Винокур, Наталия Белохвостикова, Ирина Мирошниченко, Александр Панкратов-Чёрный, Илзе Лиєпа, Клара Новикова и многие другие.

«Сегодня вечером» (Первый канал)

Программу ведет знаменитый балетный танцор, народный артист России Николай Цискаридзе. Атмосфера в студии очень домашняя, дружеская и теплая, вероятно потому, что все гости программы знакомы друг с другом уже много лет. Участники беседы говорят о творчестве и искусстве, об истории, о морально-нравственных качествах человека. Визуальный и личностный образ ведущего и гостей передачи, их речь, поведение и те темы, которые затрагиваются в программе, во многом способствуют развитию культурно-просветительской функции телевидения, прежде всего потому, что эти люди сами являются частью мира искусства и культуры.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

*Дугужев Т. М., магистрант факультета журналистики
E-mail: timduguzhev@gmail.com*

ВЫВОДЫ

Существенная часть проанализированных программ имеет музыкальную тематику и содержит концертную составляющую. С точки зрения содержания классическое искусство транслируется лишь в некоторых передачах (ярче всего в «Синей птице»). Премьерные документальные телефильмы и драмы культурно-просветительской тематики в выбранный период не транслировались.

Тем не менее универсальным телеканалам необходимо создавать передачи, учитывая уровень подготовки аудитории, например викторины на различные «культурные» темы, документальные фильмы, документальные драмы и т.д.

Образ ведущего, членов жюри и гостей программы имеет больше значение. Интеграция деятелей культуры в качестве ведущих, членов жюри или гостей программ способствует реализации культурно-просветительской функции телевидения. Визуальный и личностный образ ведущего и гостей передач, их речь, поведение и темы, которые затрагиваются в программах, способствуют развитию культурно-просветительского вещания, прежде всего потому, что эти люди сами по себе являются частью мира искусства и подлинной культуры, как, например, в программах «Синяя птица», «Сегодня вечером», «Судьба человека с Борисом Корчевниковым».

В целях дальнейшего изучения данной проблемы следует охарактеризовать принципы программирования специализированных телеканалов о культуре, а также место культурно-просветительского контента в сетке вещания универсальных телеканалов, выявить сходства и различия, определить возможности трансляции контента специализированных телеканалов в эфире универсальных каналов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Телевизионная журналистика: учебник / Ред. колл.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Высшая школа, 2002. — 299 с.
2. Вартанова Е. Л. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Е. Л. Вартанова и др. — М., 2022.
3. Сокольская А. Л. Поэтика ТВ: пути и поиски / А. Л. Сокольская. — М.: Искусство, 1981. — 127 с.
4. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: дис. ... д-ра филол. наук / С. Н. Ильченко. — М., 2012.
5. Рейтинги // Mediascope. — Режим доступа: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 15.03.2023).

*Lomonosov Moscow State University
Duguzhev T. M., Master's Student of the Journalism Faculty
E-mail: timduguzhev@gmail.com*

АУДИТОРНЫЙ И ДРУГИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОЙ ПРЕССЫ

Ю. В. Замелова

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 5 мая 2023 г.

Аннотация: изменения в современной спортивной прессе, находящейся под воздействием внешних и внутренних факторов, рассмотрены с точки зрения вкусов и предпочтений аудитории, способов организации контента, цифровизации традиционных медиа и оптимизации журналистского труда.

Ключевые слова: специализированные спортивные СМИ, спорт, газеты, конкуренция, стратегическое планирование.

Abstract: changes in the modern sports press, which is under the influence of external and internal factors, are considered from the point of view of tastes and preferences of the audience, ways of organizing content, digitalization of traditional media and optimization of journalistic work.

Keywords: specialized sports media, sports, newspapers, competition, strategic planning.

В России за последние несколько лет закрылись около двадцати спортивных журналов и газет [1], хотя общественный запрос на спортивную информацию сохраняется. Согласно данным National Readership Survey, по объемам аудитории профильное издание «Спорт-Экспресс» входит в десятку влиятельных ежедневных российских газет [2], т.е. спортивные вестники способны конкурировать за внимание читателя с общественно-политическими и деловыми СМИ.

Определенные успехи у печатных СМИ отмечаются не только во взаимодействии с читателем, но и с профессиональным сообществом. По итогам 2022 г. «Спорт-Экспресс» занимает второе место в подготовленном компанией «Медиалогия» рейтинге самых цитируемых СМИ спортивной отрасли, среди которых пресса, радиостанции, телеканалы и интернет-издания. В медиарейтинге «Спорт-Экспресс» по индексу цитирования уступает только телеканалу «Матч ТВ» [3]. Большинство медиаресурсов рейтинга относятся к сфере телевидения или к интернету, а пресса представлена лишь тремя газетами («Спорт-Экспресс», «Советский спорт» и «Спорт уик-энд»), которых отличает довольно длительный путь становления.

При формировании выборки материалов мы опирались на концепцию факторного анализа. Если дифференцировать причины успеха или поражений изданий, то *внешние*, неконтролируемые факторы эффективности — это особенности становления в России информационного общества, государственная политика в области информационных технологий и правовое регулирование данной сферы СМИ, а также экономическая ситуация в стране, а *внутренние* — это такие факторы, при которых «структурируется коммуникация и изучается каждый ее этап отдельно — анализируется коммуникатор, сообщение, ка-

нал и аудитория средств массовой информации» [4]. На основании упомянутых факторов можно обозначить следующие траектории исследования: вкусы и предпочтения аудитории; способы организации контента (содержательно-тематический аспект); цифровизация традиционных медиа и оптимизация журналистского труда.

Особое значение для тематического издания представляет конечный потребитель информации — *читатель*. Общим местом дискуссий об аудитории является определение аудитории издания как субъекта деятельности, фокусирование на ее специфических характеристиках. Так профессор С. Г. Корконосенко рассматривает аудиторию как «неопределенно многочисленную и качественно неоднородную группу людей, вступающих во взаимодействие со СМИ» [5]. Смысловым ядром данной дефиниции выступает понятие «взаимодействие» — процесс установления обратной связи, протекающий, как правило, по двум направлениям: в активной форме (обращение к редакционному коллективу посредством письма) или шире распространенной пассивной (приобретение результатов журналистского товаропроизводства). Аудитория может рассматриваться с позиции деятельного субъекта, а не только реципиента. Один из авторов книги «Эффективные модели региональной и муниципальной прессы» Д. А. Мурзин объясняет потребность в применении научного подхода к изучению аудитории исключительной значимостью ее предпочтений для составления цельной содержательной модели, способной удовлетворить читательские потребности и запросы в рамках конкретного периодического издания [6].

В свою очередь, схемы и концептуальные модели для выстраивания отношений с читателем дифференцируются исходя из трех парадигм журналистского творчества: авторитарной, коммуни-

кативно-познавательной и гуманитарной. В коммуникативно-познавательной системе, основанной на законах рыночной экономики, за счет избытия каналов получения информации обеспечивается самостоятельность и автономия сторон друг от друга. Действующие в условиях конкурентной среды авторы сильнее других склонны к объективному представлению событий и к обнародованию проверенных фактов, потребитель информации — на основе полученного и осмысленного достаточного количества сведений — оказывается способен выработать собственную точку зрения [5].

Важно отметить, что по-прежнему не сформулирован однозначный ответ на вопрос: по какому принципу классифицировать аудиторию? Говоря о приверженцах спорта, К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко предлагают разделить их на группы по степени увлеченности спортивными играми. Кроме того, приблизиться к пониманию личности любителя спорта как субъекта познания возможно при выявлении специфических эмоциональных состояний — это любовь к Родине, воодушевление, сопричастность происходящему, эстетическое наслаждение, создание кумиров и следование их примеру как образчику поведения [7]. Изучив особенности спортивных болельщиков, издания способны перестроиться под потребности реального читателя.

Другим важным аспектом являются *содержательно-тематические трансформации* спортивной прессы. Медиаисследователи сходятся во мнении о том, что спортивная журналистика во многом переросла себя: сегодня, помимо спорта как такового, она включает другие важные тематические направления — такие как политика, экономика, бизнес, культура и др. [8, 9].

На сегодняшний день технические виды спорта слабо представлены в отраслевой прессе [8]. Отсюда опасение, что, например, кроме преданных поклонников яхтинга или мотоспорта, периодические издания рискуют потерять также потенциальных платежеспособных рекламодателей (профессиональные ассоциации и клубы).

Отличительной особенностью глянцевого журнала PROSport, portWeek, TotalFootball и др. изданий стал развлекательный характер подаваемой информации, соседствующей со статистическими выкладками и репрезентативной инфографикой: «Умение “вкусно” подавать спортивный контент и наличие интерактивных элементов позволили журналам погружать читателя в мир спортивной статистики без потери интереса» [10].

К достоинствам печатной прессы относят частично или полностью платный контент и даже ограниченность материалов по размерам. «Количество информации, доступной в интернете, практически безгранично, однако ценность этой информации стремится к нулю» [11].

Отдельного внимания заслуживает проблема *взаимодействия спортивной печати и электронных СМИ* на информационном рынке. Стремительный переход изданий из офлайн- в онлайн-пространство обусловлен в том числе верой в технологическое будущее. Вместо актуализации сильных сторон спортивной прессы редакции избавляются от бумажных вариантов как от «пережитков прошлого», но, как показывает мировой и отечественный опыт, «печатные издания при переходе в интернет быстро теряют свою уникальность и растворяются среди множества аналогичных ресурсов» [12]. Электронные информационные ресурсы, тематические сообщества в социальных медиа, оцифрованные выпуски газет могут стать приманкой для современной молодежи, редко читающей газеты и журналы. И тогда будет логичным адаптировать онлайн-версию издания под нужды газеты, а не наоборот [12]. Благодаря конвергенции некоторые спортивные редакции становятся мультиплатформенными: наличие представительств на разных информационных площадках позволяет повсеместно наращивать аудиторию и одновременно расти самому медиа [13].

В организации профессионального труда сотрудников СМИ также есть нововведения: например, шведские медиа сократили издательские траты на регулярное отпечатывание тиража в типографии, а также на доставку экземпляров газет до пунктов распространения при помощи киоска Meganews, способного печатать журналы и газеты по запросу покупателей в метро, на улице или в торговом центре [11]. Подобные технологии позволяют изданию не только экономить на печати, но и инвестировать средства в дальнейшее развитие медиапроекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Савинова О. Н. Традиционная журналистика в условиях формирования новой медиасреды / О. Н. Савинова // Вестник Челябинского государственного университета. — 2017. — № 8 (404). — Филологические науки. — № 107. — С. 48–52.
2. Читательская аудитория России // Медиалогия. — Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/a0a/Report_NRS%2020_34.pdf (дата обращения: 23.03.2023).
3. ТОП-20 самых цитируемых СМИ спортивной отрасли — 2022 год // Медиалогия. — Режим доступа: <https://www.medialogia.com/ratings/media/sectoral/11802/> (дата обращения: 20.03.2023).
4. Машкова С. Г. Факторы эффективности интернет-СМИ / С. Г. Машкова // Вестник Тамбовского государственного технического университета. — 2006. — С. 1270–1275.
5. Корконосенко С. Г. Основы журналистской деятельности: учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 287 с.
6. Колесник С. Г. Эффективные модели региональной и муниципальной прессы / С. Г. Колесник. — М.: Хроникер, 2008. — 229 с.

7. Алексеев К. А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — М.: Юрайт, 2014. — 427 с.

8. Ляпун С. В. Развитие спортивной журналистики в цифровую эпоху / С. В. Ляпун, Г. В. Соколова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. — 2019. — № 4. — С. 154–158.

9. Шеховская Ю. А. Спортивные издания в медийном пространстве коммуникации / Ю. А. Шеховская // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2019. — № 2. — С. 173–176.

10. Тулупов В. В. Спортивная российская пресса: вчера и сегодня / В. В. Тулупов // Вестник Воронежского го-

сударственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2019. — № 1. — С. 148–154.

11. Смирнова О. В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий / О. В. Смирнова // Вестник Московского государственного университета. Серия: Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 26–38.

12. Коробкова Н. А. Формирование новой целевой аудитории печатного издания с помощью интернет-технологий / Н. А. Коробкова, Е. С. Байкова // Вестник Евразийской науки. — 2019. — № 2. — С. 1–15.

13. Силкин В. В. Развитие спортивной журналистики в России: история и современность / В. В. Силкин // Коммуникология. — 2018. — Т. 6. — № 5. — С. 15–23.

*Санкт-Петербургский государственный университет
Замелова Ю. В., аспирант факультета журналистики
E-mail: yu.deryabina@inbox.ru*

*Saint Petersburg State University
Zamelova J. V., Postgraduate Student of the Journalism Faculty
E-mail: yu.deryabina@inbox.ru*

МЕДИАОСВЕЩЕНИЕ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ В ФОРМАТЕ МЕДЛЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Г. Х. Кадырова

Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева

Поступила в редакцию 10 мая 2023 г.

Аннотация: статья посвящена особенностям освещения индустрии красоты в российском журнале *Seasonsoflife*, который отвечает концепции медленной журналистики. Анализ спецвыпуска издания *Seasonsoflife*, посвященного телу, а также материалов одной из центральных рубрик «*Душа и тело*» позволил выявить специфические подходы редакции в сфере освещения бьюти-индустрии. В статье затронуты различные медийные приемы и авторские находки в аспекте соединения медленной журналистики и медленной красоты.

Ключевые слова: медленная журналистика, медленные медиа, медленная красота, индустрия красоты, медленная фотография, эпистолярные жанры, *Seasonsoflife*, лайфстайл-журналистика.

Abstract: the article is devoted to the peculiarities of covering the beauty industry in the Russian magazine *Seasonsoflife*, which corresponds to the concept of slow journalism. The analysis of the special issue of *Seasonsoflife* devoted to the body, as well as materials of one of the central headings «*Soul and Body*» allowed us to identify specific editorial approaches in the field of beauty industry coverage. The article touches on various media techniques and author's findings in the aspect of combining slow journalism and slow beauty.

Keywords: slow journalism, slow media, slow beauty, beauty industry, slow photography, epistolary genres, *Seasonsoflife*, lifestyle journalism.

Медленная журналистика как сущностное явление культуры замедления общества характеризуется не только определенными принципами, прописанными в Манифесте медленных медиа, но и жанровыми и проблемно-тематическими особенностями. Изначально инициатива медленных медиа появилась в Германии в 2010 г., а позже и в остальных странах Европы и Америки. Именно тогда немецкие исследователи Бонн Стокдорф, Бенедикт Кёлер, Сабрия Дэвид, Йорг Блумтритт разработали манифест медленной журналистики, включающий в себя 14 принципов. На русском языке этот манифест был опубликован в газете «Частный корреспондент» [1].

В настоящий момент появление в российском сегменте популярных медиапроектов, отвечающих концепции медленной журналистики, говорит о перспективности этого формата в будущем, а также позволяет увидеть отечественную специфику этого направления. В российской медиакультуре наиболее близким, а порой, по мнению некоторых исследователей, тождественным форматом подобного отношения к информации является лайфстайл-журналистика, для материалов которой также характерна концепция культуры замедления. Среди современных медиапроектов, сочетающих в себе разные явления культуры замедления — например, медленной еды и восстановления рецептов традиционной

кухни народов мира [2], медленных путешествий и любительских трэвел-блогов [3], медленной моды и медиаконтента ремесленников в разных сферах [4] и т.д. — нам представляются особенно интересными проекты, рассказывающие о бьюти-индустрии.

Ключевым отечественным изданием, продвигающим концепцию медленной журналистики, является лайфстайл-журнал *Seasonsoflife*. Это объясняется не только спецификой контента, включающего разделы о еде, путешествиях, дизайне, вдохновении и т.д., но и тем, что постоянным автором журнала является главный теоретик этого направления в России Светлана Сидорова. Анализ спецвыпуска издания, посвященного телу, а также материалов одной из центральных рубрик «*Душа и тело*» позволил выявить специфические подходы редакции в сфере освещения бьюти-индустрии.

Журнал *Seasonsoflife* выходит в России с марта 2003 г. Это коллекционное лайфстайл-издание о людях, явлениях, проектах и идеях, которые определяют сегодняшний день, исследуя прошлое и заглядывая в будущее. Журнал является ключевой составной частью большого медиапроекта *SeasonsProject* — независимого лайфстайл-проекта, который объединяет журнал, сайт, фестивали, школу и креативное агентство. На наш взгляд, такая четкая ориентация на выпуск бумажного издания также отвечает Манифесту медленных медиа, так как знакомство с журналом, по мнению, редакции должно происходить неспеш-

но, «за чашкой чая с печеньем». Авторы отмечают: «Бумажный журнал по-прежнему остается сердцем *SeasonsProject*. Мы убеждены, что любимые журналы должны храниться на полках, а не в закладках компьютера» [5]. Согласно результатам аудиторного опроса, который провела редакция, журнал «вдохновляет читателей на перемены, учит радоваться простым вещам». Каждый год у журнала есть сквозная тема, косвенно объединяющая все номера и все остальные проекты *SeasonsProject*. Герои издания — люди, которые ищут свой путь и своими маленькими делами меняют большой мир.

Несмотря на то, что концептуально практически весь контент этого медиапроекта отвечает идеям медленных медиа, для нас особенно важным является специальный выпуск, тематически позиционируемый как «Тело / Лето» и опубликованный летом 2020 г. В своем анализе мы решили сфокусироваться на этом номере, так как и содержательно, и структурно именно этот выпуск соединяет в себе основные категории исследуемой темы: «Тело» как отражение сферы бьюти-индустрии и «Лето» как отражение медленного времени — наиболее важной доминанты медленных медиа.

Прежде чем приступить к анализу контента этого выпуска, необходимо дать предысторию создания этого номера. Так как редакция журнала посвящает издания текущего года одной ключевой теме, то в 2020 г. это была тема «Человек и природа». Четыре номера — четыре подтемы: «Душа», «Тело», «Дух» и «Человек» в своем доме — на земле. При этом интересно отметить, что именно с выпуском номера, посвященного «Телу», редакция издания впервые столкнулась с финансовой проблемой — нехваткой денежных ресурсов на тиражирование журнала — и обратилась к краудфандингу. Авторы медиапроекта опубликовали объявление о сборе средств на популярной российской краудфандинг-платформе Planeta.ru [6]. За короткий промежуток времени план был выполнен на 130% и сбор закрыли. Для интереса стоит отметить, что к краудфандингу редакция вновь обратилась только в 2022 г., для того чтобы выпустить осенний номер журнала.

Мы отдельно останавливаемся на этом факте, который говорит о том, что редакции было важно выпустить именно печатный номер, так как только такая версия издания отвечает характеристикам не только лайфстайл-медиа, но и требованиям медленной культуры и, в частности, медленных медиа и медленного чтения. Для аудитории важно держать номер журнала в руках, оценивать его, не завися от технических возможностей электронных носителей и тратя на него ценное время, прерывая и возвращаясь к чтению материалов этого номера. Кроме того, важно заметить, что продвижение этого номера журнала через краудфандинг-платформу также позволило наладить более тесную связь со сво-

ей аудиторией, включить интерактивные подходы во взаимодействии с ней, отличные от традиционных, но концептуально подходящие под формат медленных медиа [7]. Например, специально для участников проекта — меценатов и спонсоров номера — редакция придумала вознаграждения: от рассылки бумажной версии и публикации адресных благодарностей в летнем номере журнала до участия в онлайн-летучке и авторских онлайн-занятий журналистов издания, организации фотосессий и приглашения стать автором *Seasonsoflife*. Редакторы создали специальную и достаточно объемную рубрику «Над номером работали», включив туда всех преданных читателей журнала, которые пожертвовали деньги на публикацию номера. Такая обратная связь со своей аудиторией тоже позволяет нам рассуждать о том, насколько для редакции важна детализация коммуникации с читателями, их удержание, понимание их интересов и возможностей. Кроме того, в продвижении этого номера редакция часто отмечала единение не только авторов, читателей, но и всех причастных к изданию этого выпуска. При этом данные специалисты и эксперты были помечены словом «дружественные» — дружественные фотографии, идеи, проекты, мейкеры и т.д. Это тоже подчеркивает концепцию *slowlife* (медленной жизни), когда медиапроект развивается в атмосфере «френдли».

Перейдем непосредственно к анализу этого выпуска — *Seasonsoflife*, 2020, № 56 [8]. Первой полосой этого номера стала иллюстрация, победившая в читательском конкурсе. Редакция пишет: «Чтобы сделать обложку для этого номера, мы запустили в социальных сетях конкурс иллюстраций: получили больше 250 работ, а вместе с ними — ведра солнца и летних ливней, россыпи ягод, ленты дорог, босые пятки и веснушки». Такой уклон от фотографии в сторону рисунка и коллажа также подчеркивает медленный подход в создании контента. Рисунок и коллаж делаются дольше, чем фотография; их понимание также требует времени, потому что иллюстрацию нужно внимательно рассматривать, тогда как фотоизображение всё-таки зачастую характеризуется «быстрым» взглядом. Рисунок может символизировать гораздо более глубокие смыслы, чем фотография.

Особая специфика этого выпуска подчеркивается и тем, что именно этот номер увидел свет в самый разгар локдауна и объявления коронавирусных ограничений. Выход номера в период пандемии, когда жизнь замедлилась во всем мире и требовала других подходов в освещении привычной реальности, была подмечена и в самом первом обращении редакции. В письме главного редактора отмечено: «Мы придумали летний номер перед самоизоляцией, в начале марта, а потом перепридумали, когда поняли, что не получится говорить про одно легкое, летнее, зеленое. Что мы другие: прислушиваемся к себе, боремся со страхами, нам важно заземляться и быть

на природе, чтобы справиться с тревогой, мы на самом деле впервые по-настоящему оказались один на один со своим телом, с собой».

Одним из ключевых материалов этого выпуска является текст, написанный в жанре воспоминаний, — «Летние сны». Редакция анонсирует этот интересный проект следующим образом: «В этой истории соединились два летних воспоминания, рассказанные двумя Катями. Катя Алагич — фотограф, сняла своих друзей и знакомых у них на дачах для проекта “Летние сны”. А Катя Фурцева призналась в любви к даче, на которой она выросла».

Вообще жанр воспоминаний или мемуаров в современной журналистике достаточно востребован. Будучи составной частью эпистолярного творчества, такие тексты изначально включены в систему массовой коммуникации и занимают пограничное положение между деловыми документами, историческими исследованиями с одной стороны и художественными произведениями с другой. Для них характерны опора на реальные факты, достоверность, имиджевость, диалогичность, возникновение в границах определенного социально-исторического контекста. Эта явная взаимосвязь журналистского произведения с контекстом и временем, эпохой и позволяет нам говорить об этом жанре, как о ведущем в медленных медиа: «Приостановить бег времени, ещё раз пережить самые яркие события в своей жизни, рассказать о них и о себе современникам и потомкам — вот кредо автора, приступающего к написанию мемуаров, воспоминаний, литературных портретов» [9, 205].

Анализируемый материал в журнале *Seasonsoflife* знаменателен тем, что в нем — в рамках одного медиадискурса — соединяются две разные истории: текст посвящен воспоминаниям девушки, которая провела на даче большую часть своего детства, однако при этом фотографии изображают не ее биографические факты, а дачи совсем других людей. Такое соединение исторического в тексте и современного в визуальном ряде позволяет авторам метафорически представить тему времени — дача как абстрактное пространство вне времени, вне регионов и даже вне конкретных людей. Это то, что объединяет представителей разных времен, поколений, народов, социальных слоев. Текст о дачах вызывает теплые ностальгические ассоциации у читателей и предлагает им самим «повспоминать» свое детство, осознать текучесть времени, его гибкость, преемственность традиций.

Следующий медиатекст посвящен кровным узам и семейным ценностям. Это фотопроjekt, который был реализован дистанционно: «Мы поняли, что в студии сделать съемку не сможем, в ситуации изоляции нас спасет фейстайм, снимали через него, репортажно, искренне, без стилистов и визажистов. С нитками [которые соединят родных людей] не вышло, но провода любви протянулись». В этом материале

преимущественно интересно то, что автор попыталась показать связь разных поколений — матери и ее сыновей, бабушки и внука, сестер-близняшек. Таким образом, через близкие многим читателям образы редакция вновь использует формат медленной журналистики в соединении с темой медленной красоты — тема времени пересекается с темой телесности, поиском схожих черт во внешности героев. Черно-белые, слегка размытые фотоизображения ассоциируются у читателей с семейной фотохроникой или семейным фотоальбомом. Такие типажи «медленных героев» впервые были теоретически обоснованы С. Ю. Сидоровой и позволяют авторам расширить медиадискурс, соединить в одном текстовом пространстве персонажей, автора и читателей [10].

Проблемно-тематическим характеристикам медиаотражения сферы бьюти-индустрии в формате медленных медиа в этом выпуске журнала, на наш взгляд, прекрасно отвечает также монолог Александры Шишковой — героини большого текста «Настройщики» — про специалистов, которые работают с телом. Героиня продвигает техники целительного массажа и рассуждает именно с позиции *slowlife* (медленной жизни): «Всю свою сознательную жизнь я занимаюсь телесными практиками. Метод ... вообрал в себя разные целительные массажные практики — китайские, славянские, тайские, индийские, суфийские, шаманские, а также принципы телесно-ориентированной терапии. <...> Еще одна основа метода — замедление. И когда мы вдруг начинаем двигаться со скоростью восходящего солнца или распускающегося цветка, ум с непривычки или от скуки отходит от пульта управления, отпускает контроль и дает человеку возможность соединиться со своей природной частью, услышать себя».

В этом фрагменте можно отметить соединение ключевых тематических категорий феномена медленной красоты — национальные особенности телесных практик, естественная красота и замедление как внутренняя философия жизни. Важным является и то, что журналист отдает вещательную позицию своим героиням — именно они как специалисты рассказывают о важности новых методик работы с телом, о связи душевного баланса и физического здоровья.

В большом материале «Опытным шитьем» журналистка Настя Сотник рассказывает о дизайнерах-экспериментаторах, которые исследуют отношения между телом и одеждой, ощущением изменчивости времени и бьюти- и фешен-индустрией. Например, рассуждая о новой коллекции испанского бренда, автор метафорически описывает специфику этой одежды: «Так родился набор вещей, которые подходят всем. Брюки-юбки, жилеты, жакеты и кейпы LR3 создаются так, чтобы быть с нами всю жизнь, и это не фигура речи. Они могут расти, уменьшаться, худеть и толстеть, стареть, молодеть и переживать другие метаморфозы вместе со своими обладателя-

ми благодаря особенным конструкциям». Таким образом, по мнению автора, одежда меняется и взрослеет так же, как и тело человека.

В целом, весь этот материал построен на пересечении темы медленной моды и соответствующего подхода в донесении информации — медленной журналистики. Например, авторы этой рубрики акцентируют внимание читателей на том, что одежда описываемых дизайнеров произведена из вторичных материалов, она отличается национальной идентичностью, в ней четко прорисовываются связи с прошлым.

Однако наиболее ценным медиатекстом этого номера, прекрасно иллюстрирующим бьюти-индустрию в формате медленных медиа, стал материал психолога и фотографа Люси Жариковой «Письмо телу». Этот текст интересен прежде всего тем, что он соединяет в себе две важных для нас тематических категории — сферу телесной красоты и замедленное отношение к жизни, представленное вербально. Следует отметить, что сама методика письма, обращенного к телу, пришла в журналистику из психотерапии и из философии велнес и йоги. Велнес (*wellness*) — это слово, недавно вошедшее в словари многих языков и в основном используемое для обозначения состояния физического и душевного благополучия. Сегодня это стало серьезным трендом в мировой бьюти-индустрии [11]. В психотерапии и велнесе подобные письменные практики называют рефлексивными откликами, которые позволяют прожить определенный опыт, перешагнуть через какие-то переживания и, самое главное, замедлиться и посмотреть на проблемы отстраненно.

Такая междисциплинарная диффузия жанров и методик в подаче информации представляет современный медиаконтент по-другому, заметно обогащает его и обновляет, привлекая внимание аудитории. В целом, достаточно эффективно воспринимается обращение Люси Жариковой к своему телу, в котором присутствуют диалогичность, эмоциональность, критичность: «Ты никогда не подводило меня! Мы редко бодем, мы отлично танцуем, мы многое можем — ты всегда относилось ко мне с любовью. Я чувствую твою поддержку! Я знаю, что ты всегда будешь на моей стороне, и почему-то это знание превратилось в агрессивное требование к тебе: “Дай! Дай! Дай!”». Таким образом, непосредственный синтез эпистолярного жанра, популярного в современной журналистике, и тела человека как адресата письма демонстрирует, на наш взгляд, соединение формата медленной журналистики и темы индустрии красоты.

Кроме того, важно отметить, что редакция не ограничилась только публикацией этого письма, а дополнила материал рекомендациями эксперта и одновременно автора текста, которые позволяют читателям самостоятельно провести подобную рефлексю. Также редакторы представили визуальные

изображения, подготовленные героиней, которая помимо вышеперечисленного еще и специализируется в фототерапии. Медиапроект под названием «ТеЛЕСность» состоит из фотографий отдельных частей тела человека на фоне леса, что, по мнению автора, символизирует «заземленность», медленную взаимосвязь человека и окружающей среды. На наш взгляд, такая структура этого большого материала, которая включает в себя письмо к телу, экспертные советы и портфолио из фотографий автора, создает глубокий контекст и расширяет его до формата медленной журналистики. Ведь редакция не остановилась только на публикации необычного письма — ей важно было показать личность автора текста с разных сторон. Такая структура медиаматериала как раз и предполагает медленное чтение, неспешное знакомство с героиней, попытку понять её мотивы и ценности.

Еще один фотопроект из данного выпуска под заголовком «Части Вселенной» посвящен парфюмерным ароматам и воспоминаниям, которые ассоциируются с запахами. Журналистка Джульетта Птоян выбрала девять ароматов, которые помогут перенести читателей в новые города, на берега морей и в средиземноморские деревушки. Упоминание в тексте известных брендов и продвижение определенной парфюмерной продукции явно указывает на то, что это нативная реклама, т.е. реклама, которая демонстрирует ценность продукта, не восхваляя его преимущества с призывами покупки. Она зачастую воспринимается пользователями как рекомендация, поэтому не вызывает отторжения. Такой маркетинговый подход в освещении бьюти-индустрии в издании, отвечающем формату медленных медиа, показывает не только взаимосвязь этих сфер — медиаиндустрии и индустрии красоты, но и эффективность рекламных приемов, которые расширяют традиционный журналистский контекст. И снова метафорическое описание парфюмерной продукции реализуется через категорию времени, связь с истоками, предшественниками, буквальным «заземлением» — через ассоциации с запахами земли, щебенки, солей, камней и прочей мертвой природы: «...Ароматы связаны с запахами разных профессий. Керамисты пахнут влажной глиной, прохладным металлом ножей и штампов, печным жаром и глянцевым каменным отзвуком глазури».

В рубрике «Душа и тело» в этом же номере опубликован материал «Натуральный beauty-минимализм», посвященный осознанному потреблению в выборе косметики. Он также отвечает характеристикам нативной рекламы в силу того, что автор книги о безопасной косметике и осознанной красоте «Чистое сияние» Юлия Рэй перечисляет те бренды, к которым обращается сама. Однако в этом тексте мы можем увидеть и концепты, которые соотносят его с форматом медленной журналистики

прежде всего в тематическом аспекте. Например, героиня пишет об экологичном подходе в выборе современной бьюти-индустрии следующим образом: «Новый минимализм — это нужные качественные товары и косметика, которые отвечают принципам экологичности. <...> Их добыча часто связана с жестоким обращением с животными и их истреблением. Это недопустимо. Я не верю, что такое средство может подарить красоту тому, кто будет им пользоваться. Там, где нет Любви, нет и Красоты». Кроме того, в этом материале редакция делает акценты на таких фразах автора, как «этичный выбор [косметики]», «большинство из них подойдет и женщинам, и мужчинам», «бьюти-средства, безопасные для окружающей среды и вашего здоровья», «это производство настолько “зеленое”», «когда вы закончите эту тихую бьюти-революцию», «eco-friendly как необходимая политика для косметического бренда». Эти понятия помогают журналистам издания позиционировать в данном случае сферу бьюти-индустрии в медленном формате, которая проявляется на смысловом уровне текста в виде взаимосвязей человека и природы, общего гендерного подхода, этичном отношении к окружающему миру, экологической и дружественной среде существования.

Таким образом, данный анализ позволяет сделать вывод о том, что медиаотражение индустрии красоты в журнале *Seasonsoflife* отвечает философии *slowbeauty* (медленной красоты) и, соответственно, может относиться к формату медленной журналистики. Ключевые особенности медиатекстов, отмеченные выше, демонстрируют это. В частности, интертекстуальные заголовки (например, «Эжен и ребята» по аналогии с сериалом «Элен и ребята»; «Нос судьбы» по аналогии с повестью Н. В. Гоголя «Нос» и т.д.), использование олицетворений в описании одежды и косметики (придание им человеческих черт), акцент на этичности и экологичности марок сферы красоты. Интересно отметить, что концепция *slowlife* выражается и в редакционных отступлениях, которые встречаются в лидах или анонсах к тем или иным материалам. Например: «мы вырастили этот летний номер», «нам важно заземляться», «ответственность перед природой в выборе косметической продукции», «замедляешься в том смысле, что у тебя отпадает все ненужное» и пр. Это позволяет говорить о специфике медленного подхода в лайфстайл-издании, которое затрагивает и сферу бьюти-индустрии.

Помимо этого, следует подчеркнуть, что журналисты в подобных изданиях чаще всего выступают в качестве редакторов-модераторов, отдавая главное слово своим героям — специалистам, экспертам в разных сферах. Если говорить о визуальной составляющей в медленных СМИ, то можно обратить внимание на большое количество заголовков, напечатанных со строчной буквы и курсивом, что

ассоциируется у читателей со свободным письмом, потоком мыслей, медленным чтением. Дизайнеры журнала допускают присутствие «воздуха» (свободного пространства между блоками медиаматериала) в верстке полос, больших интервалов в тексте (растянутость букв в заголовках). Это тоже, на наш взгляд, создает подход неспешного знакомства с изданием.

Кроме того, редакция использует формат медленной фотографии. Это термин, предложенный исследователем С. Ю. Сидоровой, под которым она понимает «фототекст, который требует не только достаточного количества времени для производства, но и протяженной во времени расшифровки заложенных в фотографию визуальных и вербальных кодов и продолжительного осмысления при восприятии фототекста» [12, 88]. В журнале *Seasonsoflife* такие фотографии характеризуются искусственной постановочностью, иллюстрацией интерьера и бытовых деталей, размытостью изображений, попыткой уловить в кадре движение.

Таким образом, медленные медиа, которые являются важной составной частью *slowlife* наряду с медленными едой, чтением, родительством, бизнесом, искусством и т.д., сегодня играют важную роль в современном обществе. Различные «медленные» направления жизни изменили аудиторные ожидания и мотивы информационного потребления. Эти тенденции нашли отражение во всем: начиная от вдумчивого анализа собственной пищи, мягких подходов к активной жизни и заканчивая отказом от продуктов и процедур с быстрым эффектом в бьюти-сфере. Все это позволяет говорить о новой аудитории СМИ, для которой первостепенными становятся принципы неспешности, экологичного подхода ко всему, выстраивание определенных взаимоотношений с природой, ностальгическое восприятие уже пройденного опыта. Это, в свою очередь, приводит к изменениям и корректировкам уже давно работающих концепций и коммуникативных стратегий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Köhler, B., David, S., Blumtritt, J. *TheSlowMediaManifesto* / перев. на рус. язык: интернет-издание «Частный корреспондент» // Центр гуманитарных технологий. — 2010. — Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/2618> (дата обращения: 21.04.2023).
2. Лазуткина Е. В. Основные этапы развития фуд-журналистики и фуд-блогерства / Е. В. Лазуткина // Челябинский гуманитарий. — 2020. — № 2(51). — С. 69–75.
3. Исаева Т. Е. Концепт «slowtravel» как новое популярное социально-психологическое направление в туризме / Т. Е. Исаева // Перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства: теория и практика. — Ростов-на-Дону: Ростовский государственный университет путей сообщения, 2019. — С. 137–142.
4. Петухова А. *Letitslow* / А. Петухова, А. Сабенина // Журналист Online. — 2019. — Режим доступа: <https://>

journonline.msu.ru/m/articles/note/let-it-slow-986/ (дата обращения: 21.04.2023).

5. Краудфандинг Seasons: делаем летний номер журнала вместе! // Seasonsoflife. — 2020. — Режим доступа: <https://seasons-project.ru/kraudfanding-seasons-delaem-letnij-nomer-zhu/> (дата обращения: 21.04.2023).

6. Печать летнего номера журнала Seasons // Planeta.ru. — 2020. — Режим доступа: https://planeta.ru/campaigns/seasons_summer (дата обращения: 21.04.2023).

7. Кадырова Г.Х. Механизмы эффективного продвижения публикаций социальной направленности в социальных медиа / Г.Х. Кадырова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 2(24). — С. 65–70.

8. Seasons of life. — 2020. — № 56 (лето).

9. Мажарина Ю.Н. Мемуары как вид публицистиче-

ского творчества / Ю.Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2011. — № 2. — С. 199–206.

10. Сидорова С.Ю. Визуальный образ «медленного» героя в интеллектуальном глянце / С.Ю. Сидорова // Медиа в современном мире. — СПб., 2021. — С. 117–118.

11. Сидорова И.Г. Wellness-технологии в гипертекстах жанров персонального интернет-дискурса / И.Г. Сидорова // Лингвистика гипертекста и компьютерно-опосредованной коммуникации. — Самара, 2019. — С. 118–126.

12. Сидорова С.Ю. «Медленная фотография»: между изображением и словом / С.Ю. Сидорова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2021. — № 6. — С. 66–94.

*Астраханский государственный университет
им. В.Н. Татищева*

*Кадырова Г.Х., кандидат филологических наук, доцент
кафедры теории и истории журналистики
E-mail: ghkadyrova@yandex.ru*

*Astrakhan Tatishchev State University
Kadyrova G. Kh., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Theory and History of Journalism Department
E-mail: ghkadyrova@yandex.ru*

ЭКОСИСТЕМА КАК НОВАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ДЛЯ МЕДИА

Т. Л. Каминская, И. Н. Молодцов

Финансовый университет при Правительстве РФ

Поступила в редакцию 2 сентября 2023 г.

Аннотация: в статье анализируется экосистема как новая бизнес-модель для СМИ, с одной стороны, как реакция на санкции, с другой — как современный тренд мирового издательского бизнеса. Приводятся успешные практики диверсификации доходов и выстраивания горизонтальных связей редакциями. Данная статья освещает результаты исследования, проведенного авторами совместно с Лабораторией новых медиа Финансового университета при Правительстве РФ и при участии Союза предприятий печатной продукции (СППИ ГИПП) в рамках подготовки ежегодного отраслевого доклада рабочей группы Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ «Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития 2022 г.» под ред. В. В. Григорьева. В качестве основных методов при написании статьи использовались: мониторинг открытых данных и интервьюирование руководителей издательского бизнеса. В интервью приняли участие 152 издателя (сегмент периодическая печать) из разных городов России.

Ключевые слова: экосистема, медиа, комьюнити, трансформация доходов, издательский бизнес.

Abstract: the article analyzes the ecosystem as a new business model for the media, on the one hand, as a reaction to sanctions, on the other — as a modern trend in the global publishing business. Successful practices of income diversification and building horizontal links by editorial offices are given. This article highlights the results of a study conducted by the authors together with the Laboratory of New Media of the Financial University under the Government of the Russian Federation and with the participation of the Union of Printing Enterprises (SPI GIPP) in the preparation of the annual industry report of the working group of the Ministry of Digital Development, Communications and Mass Communications of the Russian Federation “Russian periodical press: state, trends and prospects of development 2022”. edited by V. V. Grigoriev. The main methods used in writing the article were: monitoring of open data and interviewing the heads of the publishing business. 152 publishers (periodicals segment) from different cities of Russia took part in the interview.

Keywords: ecosystem, media, community, income transformation, publishing business.

Термин из биологии «экосистема» с легкой руки Джеймса Ф. Мура [1], основателя экологического подхода к конкуренции, сегодня широко используется в бизнесе и обозначает (как и его биологический аналог) структурированное сообщество, вовлеченное в комплекс бизнес-процессов. Если рассматривать СМИ как бизнес, то диверсификация данного бизнеса и создание всякого рода комьюнити явятся не просто отношением «автор-адресат», а способами роста бизнеса в информационной среде и коммуникативным взаимодействием, объединенным бизнес-логикой. Стадия в существовании бизнеса, когда он превращается в экосистему, в последние годы активно обсуждается в научных публикациях [2–3]. Р. С. Вартаев и А. В. Быстров выделяют разные этапы становления экосистем в бизнесе, а именно рождение, экспансия, борьба за лидерство и обновление [4]. Обобщая подходы экономистов к такого рода организации бизнеса, можно констатировать, что компания считается экосистемой, если объединяет в себе много подсистем: розничные форматы, про-

изводство, сервисы, ассортимент, обучение и услуги корпоративным клиентам. Не случайно со ссылкой на многочисленные зарубежные исследования различных компаний, В. А. Карпинская и М. А. Рыбачук отмечают, что «соединение различных видов деятельности, осуществляемых фирмой в рамках цепочки создания стоимости с целью снижения транзакционных издержек и увеличения эффективности компании, обуславливало возможность решения задачи усиления ее конкурентных позиций на рынке» [5, 89]. При этом, одна из примет экосистем — небольшая численность работников, поскольку предприятие использует «внешнюю рабочую силу, не являющейся традиционной рабочей силой» [5, 92].

Новое измерение бизнесу дала цифровизация и изменение отношения к потребителю, который становится равноправным соучастником бизнес-процессов. Исследователи экосистем опирались, в частности, на теорию сетевого общества М. Кастельса [6], которая непосредственным образом связана с коммуникативными процессами и трансформацией СМИ. Используя эту теорию, ученые фокусируются на уходе от вертикали, создании симбиоза с прежними

ми конкурентами и потребителями (в случае СМИ — это аудитория), которые могут соучаствовать в развитии бизнеса.

Подход не только к бизнес-структурам, но и к медиа как к экосистеме, оказался перспективным в последнее время, хотя он крайне редко представлен в русскоязычных исследованиях. Опираясь на обзор иноязычных источников [7], Е. Л. Варганова отмечает, что новый термин «экосистема», не только обозначает новую технологическую среду, «в которой сегодня существуют СМИ, но и характеризующего комплекс современных производственных, социальных и культурных реалий медиа в целом» [8,190].

В санкционных условиях для российских СМИ особенно актуальны новые бизнес-подходы, поскольку, например, такой традиционный доход медиа, как реклама, значительно сократился. Уход с рынка зарубежных западных рекламодателей существенно повлиял на доходы изданий, за 2022 год объем российского рекламного рынка уменьшился на 21%. При этом журнальный сегмент продемонстрировал максимальное падение (50%). И несмотря на активизацию рекламодателей из Китая, Индии, Турции, параллельно с закрытием доступа к международным интернет-платформам новый российский бизнес активно тестирует газетные и журнальные площадки для различных товарных категорий и услуг, а также старается предложить аудитории новые форматы взаимодействия.

Что касается второго привычного источника доходов — выручки от распространения печатных изданий, то прогноз экспертов до 2025 года показывает возможное снижение выручки в ближайшие 2–3 года на 6 млрд. рублей. Вообще, хроническая нехватка финансов — одна из главных проблем отечественных СМИ: даже в государственных СМИ, особенно в регионах, бюджетное финансирование составляет не больше 15% оборота редакции, все остальное — доходы от рекламы, подписки и розничных продаж¹. Исследователи нередко отмечают обострение проблем печатной прессы именно в регионах, среди которых уменьшение господдержки и деградация платных подписок и продаж. Неоднократно подчеркивалась необходимость поиска новых бизнес-моделей именно способами, предполагающими переход к экосистеме [9].

Для анализа ситуации на российском рынке прессы, оценки текущих бизнес-моделей и выработки рекомендаций издателям на 2023 год СППИ ГИПП совместно с Лабораторией новых медиа Финансового университета при Правительстве РФ провели собственное исследование, в котором приняли участие 152 издателя (сегмент периодическая печать) из разных городов России. Чуть менее половины

опрошенных — частные издательские дома, остальные — государственные. Все участники опроса являются представителями малого и среднего бизнеса, при этом 75% из них существуют уже более 20 лет, что значительно превышает средний возраст предприятий этого сегмента (МСП) по стране.

Для прогнозирования возможности использования издателями прессы новых источников доходов показательны также выводы WAN-IFRA о перспективных моделях монетизации, активно использующихся на западных рынках². В данном исследовании оценивается помимо традиционных источников дохода СМИ возможности получения доходов от сбора и продажи данных, поиска спонсоров, создания комьюнити, различного рода IT-услуг, образовательного контента. Из таблицы ниже понятно, что указанные возможности сопряжены с определенными рисками, а также с формированием репутации у медиа как экспертной площадки, затрат на IT-разработки и создание образовательного контента.

Контентное соучастие аудитории и успешных кейсах создания комьюнити, которые можно рассматривать как части экосистемы СМИ, мы писали прежде [10].

К сожалению, в информационном поле нет детальной картины применения современных бизнес-моделей, под которыми в глобальном дискурсе понимаются, как правило, новые источники монетизации. Наше исследование ставило одной из основных своих целей и в конечном счете позволило детализировать вопрос об оценке уровня использования доходов нового типа в издательском бизнесе (в сегменте периодической печати).

Следует отметить, что в среднем 84% издательств совсем не используют возможности получения инновационных видов доходов. Процент тех, кто получает за счет таких доходов более 10% выручки, пока незначителен, однако, эти предприятия образуют точки роста, тестируя новые бизнес-модели, в которых остро нуждается отраслевой рынок. Примеры использования доходов нового типа в печатном бизнесе таковы:

- проведение платных мероприятий — 3,9%;
- создание комьюнити, клуба с платным членством — 2,6%;
- краудфандинг, спонсорство материалов, донаты — 1,9%;
- производство и продажа сопутствующих товаров, мерча — 1,9%;
- производство коммерческих аудиоподкастов — 1,9%;
- монетизация контента через коллаборацию с платформами (*VKDonat, YouTube*) — 1,9%.

¹ <https://gipp.ru/news/mneniya-ekspertov/agregatoram-predlozhili-podelitsya-vyruchkoy-so-smi/>

² <https://wan-ifra.org/2021/12/innovation-2022-report/>

Таблица 1.

Перспективные модели монетизации для российских СМИ: оценка возможностей.

Название	Кто клиент	Выручка	Затраты	Прибыль	Требования	Риски
Платный контент	B2C	+++	+	+++	Уникальный, релевантный контент	Читатели не хотят платить; высокие риски оттока клиентов
Игровой контент	B2C	++	++	+	Инновационные игры для разных категорий	Игры могут привлечь новых читателей, но не гарантируют, что они подпишутся на платный контент
Сбор и продажа данных	B2B	++	+	++	Разработка сложной системы сбора и аналитики данных	Слабая база данных СМИ; недостаточная возможность аналитики
Спонсорство	B2C	++	++	+	Ориентация на поддержку фондов, инвесторов и т. п.	Сложно найти спонсора издания; при такой модели независимость редакторской политики под угрозой
Клуб, создание комьюнити	B2C	+++	++	+++	Доверительные отношения с читателями и регулярная коммуникация с ними. Существуют хорошие возможности реализации партнерских проектов	Сложно предоставить особые условия для читателей, которые бы отличались от обычной платной подписки
IT решение на продажу	B2B	++	+++	+++	Создание уникальной системы для взаимодействия с клиентами	Высокие затраты на IT-специалистов, способных создать и поддерживать данную систему
Платный образовательный контент	B2C	++	++	+++	Возможность поделиться внутренней экспертизой (или наличие доступа к внешней экспертизе). Партнерство с другими аналогичными ресурсами	Мало опыта и отсутствие репутации в данной сфере. Не все курсы могут быть интересны вашей аудитории

Однако существуют примеры модернизации медиабизнеса. Так при проведении ребрендинга публичного акционерного общества «Группа компаний РБК» было подчеркнуто, что РБК значительнее, чем просто медиакомпания, а потому планирует больше инвестировать в развитие направления сервисов для бизнеса³. На потенциал спецпроектов как способ заработка из года в год указывают другие крупные издательства — «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда»⁴. Например, в 2022 году «АиФ» объявили о планах вместе с Всероссийским обществом охраны

природы, общественным советом Росатома и компанией «Норильский никель» реализовать спецпроект «Уникальные водоемы России». «Комсомольская правда» первой запустила газеты с максимально важной и полезной информацией для жителей ДНР, ЛНР и других освобожденных территорий и военнослужащих Российской армии и народных милиций республик⁵. Совместный проект газеты «Тюменская область сегодня», регионального союза журналистов и тюменского отделения Общероссийского народного фронта создал специальный номер газеты для тех, кто проходит подготовку к СВО на тюменских полигонах или уже выполняет боевые задачи⁶.

³ <https://gipp.ru/news/rossiyskie-izdateli/rbk-smenila-nazvanie/>

⁴ <https://gipp.ru/overview/o-reklame/pervaya-reklamnaya-troyka-razoshlas-v-prognozakh/>

⁵ <https://gipp.ru/news/wan-ifra/>

⁶ <https://ruj.ru/news/regions-news/vyshel-v-svet/>

Проектная деятельность с грантовыми средствами является хорошим способом поддержки деятельности СМИ. Например, просветительский проект в Новгородской области, реализованный на страницах городской газеты «Новгород», исторический медиаквест «Мы — новгородцы!» поддержан Президентским фондом культурных инициатив. Благодаря этому в активную работу вовлечены ветераны журналистики, организовано их общение со студентами — будущими журналистами, а также с широким кругом читателей⁷. Информационное агентство ТАСС запустило программу партнерской поддержки региональных СМИ. Агентство готово предоставить бесплатный доступ к своим материалам, а региональные издания смогут предлагать материалы для продвижения, что предполагает обмен компетенциями⁸.

Оценка цифровых доходов издательств в опросе, таких как доход от интернет-рекламы, спецпроектов, перформанс-инструментов: *Yandex, Google*, программистов, внушают осторожный оптимизм. Несмотря на то, что большая часть (63,8%) предприятий печатной индустрии формируют за счет цифровых доходов не более 10% своей выручки, все же доля передовых издательств, нацеленных на активизацию цифровых источников заработка, довольно существенна. Для издателей, которые планируют отказать от печатной версии в ближайшем будущем, данная статистика может показать направления дальнейшего развития их бизнес-модели.

Для СМИ как экосистемы важны горизонтальные связи не только со своей целевой аудиторией, но и с подобными бизнесами. В этом смысле показателен факт, что уже в конце 2021 года было принято решение о создании объединения представителей цифровой журналистики под эгидой кластера «РАЭК/Цифровые СМИ». Цель кластера: решение актуальных проблем, защита авторских и смежных прав, устранение диспропорции влияния интернет-платформ, защита профессиональных и коммерческих интересов игроков отрасли. Члены кластера: «Коммерсант», «Интерфакс», «Мел», «Российская газета», «Вечерняя Москва», медиахолдинг Rambler&co, Independent Media⁹.

Спонсорская поддержка изданиям также очень важна. Ежегодно благодаря спонсорской поддержке выходит в свет имиджевое корпоративное издание

spetsialnyi-nomer-gazety-tyumenskaya-oblast-segodnya-spetsproekt-smi-regionalnogo-otdeleniya-szhr-i-tyumenskogo-otdeleniya-onf-18810

⁷ <https://ruj.ru/news/regions-news/proektnaya-deyatelnost-novgorodskikh-zhurnalistov-predstavlena-na-grazhdanskoi-assamblee-regiona-19002>

⁸ <https://ruj.ru/news/vsya-rossiya-2022-monetizatsiya-regionalnykh-media-v-sovremennykh-usloviyakh-idei-i-keisy-18581>

⁹ <https://raec.ru/clusters/digital-media/>

Союза — газета «Журналист Башкортостана»¹⁰. В Башкирии проводится акция «Добрые вести — в каждый дом», в которой неравнодушные люди оказывают поддержку, выписывая газеты «Зианчуринские зори» и «Ейэнсура тандары» тем, кому сложно сделать это самим¹¹. Подписку на районное издание получили более 100 жителей Зианчуринского района. Депутаты, руководители, просто добрые люди дарили подписку многодетным матерям, семьям участников СВО, пожилым и одиноко проживающим людям.

Таким образом, следует отметить, что экосистема, которая характеризуется такими качествами, как адаптивность (способность адаптироваться к изменениям), устойчивость (благодаря горизонтальным связям) и целостность (общее понимание миссии у всех частей бизнеса) представляет собой перспективную модель для отечественных СМИ, и в случае ее развития медиарынок будет вбирать в себя все больше функций как государства (просветительских, консультативных, защитных) и конкурировать с банковскими и другими экосистемами (по предоставлению бизнес-аналитики и IT-услуг).

В целом, исследование показало, что в 2022 году:

1. Чаще всего в качестве примера наиболее эффективного способа монетизации использовалась реализация коммерческих спецпроектов;
2. Есть примеры реализации программ партнерской поддержки, в том числе связанной с привлечением грантового финансирования;
3. На отечественном рынке активно реализуется спонсорская модель, опирающаяся на краудфандинг и другие технологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Moore J. *The Death of Competition: Leadership and strategy in the age of business ecosystems*. New York, Harper Business, 1996. — 320 p.
2. Куприянов А. Н., Баженов А. В. (2019). Бизнес-модель платформенной организации как цифровая система // Развитие менеджмента: концепция «Industri 4.0». Материалы II Всероссийской научно-практической конференции, 68–72.
3. Серов Н. С. (2021). Бизнес-экосистема как этап жизненного цикла организации и как элемент интеллектуального менеджмента. *Экономика науки*, 7, 2, 135–143.
4. Вартаев Р. С., Быстров А. В. Экологический подход к стратегической конкуренции // *Современная конкуренция*. 2019. Т. 13. № 4 (76). С. 17–45. DOI: 10.24411/1993–7598–2019–10402.

¹⁰ <https://ruj.ru/news/regions-news/respublika-bashkortostan-vstrecha-zhurnalistov-i-avtorov-v-redaktsii-gorodskoi-gazety-po-itogam-sotsialnogo-proekta-ataisal-malaya-rodina-18983>

¹¹ <https://ruj.ru/news/regions-news/bashkiriya-podpisku-na-raionnoe-izdanie-poluchili-bolee-100-zhitelei-zianchurinskogo-raiona-19008>

5. Карпинская В. А., Рыбачук М. А. Генезис системной формы организации производства в современной экономике: факторы и результаты // *Journal of Economic Regulation*. 2021. Т. 12. № 2. С. 85–99.

6. Castels, M. (1996–1998). *Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. I–III. Oxford: Blackwell Publishers.

7. *Digital Media Worlds 2014 — Digital Media Worlds: The New Economy of Media*. De Prato G., Sanz E., Simon J. P. (eds.). Basingstoke: Palgrave Macmillan Publ., 2014. 239 p.

8. Вартанова Е. Л. Меняющаяся российская медиаин-

дустрия: теоретические подходы // *Вестник СПбГУ. Язык и литература*. 2018. Т. 15. Вып. 2. С. 186–196

9. Дементьева К. В. Стагнация печатных СМИ региона и перспективы их развития // *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Филология. Журналистика. 2022. № 4. С. 94–97.

10. Каминская Т. Л. (2022). Новая российская медиа-реальность: процессы адаптации // *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Филология. Журналистика, 3, С. 109–113.

Финансовый университет при Правительстве РФ

Каминская Т. Л., доктор филологических наук, доцент, профессор Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса

E-mail: tlkam1@mail.ru

Financial University under the Government of the Russian Federation

Kaminskaya T. L., Professor of Department of Mass Communications and Media Business

E-mail: tlkam1@mail.ru

Молодцов И. Н., канд. полит. наук, руководитель департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса

E-mail: inmolodtsov@fa.ru

Molodtsov I.N., Candidate of Political Sciences, Head of Department of Mass Communications and Media Business

E-mail: inmolodtsov@fa.ru

ВЕРБАЛИЗОВАННАЯ АВТОРСКАЯ РЕФЛЕКСИЯ В КОНТЕКСТЕ ИДЕЙ ЛИНГВОЭКОЛОГИИ¹

Э. Г. Куликова

Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы

Поступила в редакцию 20 июля 2023 г.

Аннотация: в настоящей статье проанализирована роль вербализованной авторской рефлексии в современных медиа, причем наибольшее внимание уделено отражению в рефлексивах категорий современной лингвоэкологии, то есть оценкам с точки зрения приемлемости, пользы для языка тех или иных лексических единиц, их связи с русской лингвокультурой. Материалом исследования послужили тексты популярных российских медиа, в основном — 2023 года.

Ключевые слова: медиадискурс, метаязык, авторская рефлексия, лингвистическая экология, лингвистическая прагматика.

Abstract: the article analyzes the role of verbalized author's reflection in modern media, especially the reflection of modern linguoecology categories in reflexives, that is, evaluation in terms of acceptability, benefits for the language of certain lexical units, their connection with Russian linguoculture. The research material was the texts of popular Russian media, mainly from 2023.

Keywords: media discourse, metalanguage, author's reflection, linguistic ecology, linguistic pragmatics.

Предметом анализа в статье являются оценочно-аналитические суждения по поводу используемых в тексте языковых единиц. В этих суждениях языковые факты соотносятся с нормой, узусом, оцениваются с точки зрения прагматических свойств. Для обозначения исследуемого явления в лингвистике имеются многочисленные терминологические аналоги: «рефлексивы» [И. Т. Вепрева], «метаязыковой комментарий», языковая рефлексия [Т. В. Шмелева], метаязыковая рефлексия [Е. Е. Козлова], метаязыковые высказывания [Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев], суждения о языке [Б. М. Гаспаров], «маркеры рефлектирующего сознания» [О. Ю. Крючкова], «оценка речи» [Б. С. Шварцкопф], «метатекст» [Н. Д. Голев], «авторская рефлексия [Е. А. Сальман] и мн. др. (детальный анализ этой терминологии содержится в докторской диссертации [1]). Мы не считаем, что такое терминологическое изобилие вредит существу дела, потому что синонимия и в терминосфере способна акцентировать внимание на разных сторонах объекта (ср. отражение этого во внутренней форме приведенных наименований), способна придать научному тексту необходимую вариативность и разнообразие.

Большинство работ, посвященных этому феномену, базируется на материале литературных про-

изведений, реже — на фольклорных текстах и спонтанной разговорной речи рядовых носителей языка, в последнее время — интернет-коммуникации. В исследованиях рефлексивов было установлено, что они не только являются источником сведений об оцениваемой лексеме, но сами есть элементы эстетически организованного текста.

В настоящей статье проанализирована роль вербализованной авторской рефлексии в современных медиа, язык которых признается особым явлением, причем широко признано его доминирование над иными языковыми формами в современной речевой практике. Именно он «определяет характер всех активных процессов, оказывает сильнейшее влияние на все другие формы языка, в том числе на литературный язык», — пишет А. В. Полонский [2, 230]. Особое внимание уделено отражению в рефлексивах категорий современной лингвоэкологии, то есть оценкам с точки зрения приемлемости, пользы для языка тех или иных лексических единиц. Как известно, экологическая лингвистика, с одной стороны, отслеживает опасные симптомы деградации, а с другой — культивирует ответственный подход к выбору номинаций и соблюдение принципов прагматической уместности. И суждения такого направления нередко содержатся именно в вербализованной авторской рефлексии. Итак, авторская рефлексия неоднократно становилась объектом лингвистических исследований [1; 3–16]. Так, М. Р. Шумарина [1] доказала, что метаязыковая рефлексия есть особая разновидность знания о языке, и на основе анализа рефлексий в литературных и фольклорных текстах

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и МОНРЮО в рамках научного проекта № 21–512–07001 «Лингвоэкологические параметры межкультурной коммуникации на постсоветском пространстве».

предложила новый тип словаря — «Литературный портрет слова». Основой такого словаря, по мысли ученого, должны стать сведения об особенностях лексической семантики, происхождении и словообразовательных связях, стилистической или социолингвистической маркированности, о хронологических рамках активности, соображения об уместности/неуместности, об ассоциативных связях и лингвокультурологической ценности лексемы.

Большая группа рефлексивов в медиа связана с проблемой лексического заимствования. Есть работы, специально посвященные анализу взаимодействия заимствованных лексем с особым феноменом — метаязыковым сознанием [8], то есть отражению в авторских рефлексиях проблемы засилия англоамериканизмов. Указанный автор определил, какие именно аспекты этой проблемы наиболее часто затрагиваются в рефлексивах. Это осмысление системных характеристик заимствований в принимающем такую единицу языке. Как пишет Е. Е. Козлова [8], метаязыковая рефлексия, касающаяся входящих в другую лингвокультуру единиц, дает возможность выявить тенденции, принципы и способы вхождения заимствований в систему речи, а в дальнейшем — и языка, что детерминируется и таким параметром, как языковая ситуация (ее тип и длительность существования). Рефлексивы обладают оценочной семантикой — положительной, нейтральной или отрицательной (причем не всегда — прямой, нередко в форме иронии). Такие процессы способствуют активизации такого свойства метаязыкового сознания, как интерпретативность.

Очень часто в авторской рефлексии новейшие англицизмы характеризуются как современные и даже модные: *А сейчас, говоря современным языком, нас ждет ангрейд спектаклей. Каждый спектакль — это живая материя. Он становится либо лучше, либо хуже. Становиться хуже мы спектаклям не даем. Они должны становиться лучше, в том числе и за счет артистов, которые входят в постановку* [17, 19];

...похоже, сами того не сознавая, держа в голове совсем иной масштаб замысла, мы стали инициаторами — или же можно использовать модное слово, триггером — какого-то масштабного, глобального процесса, затрагивающего всю планету [18, 2].

Известно, что все выпуски *Словарей модных слов*, составленные В. Новиковым [19–21], не меньше чем на треть состоят из англицизмов, и авторы рефлексий, подобных приведенной, с одной стороны, следуют языковой моде, с другой стороны — дистанцируются от нее. Иногда такая дистанция специально подчеркивается, например, — с помощью слов извинения и характеристики «либеральный новояз»: *В июле прошлого года случилась курьезная история. Конгрессвумен (простите мне либеральный новояз) из того же Нью-Йорка Александрия Окасио-Кортес потащила к Верховному суду протестовать*

за право на аборт [22, 2].

Нередки также указания на принадлежность англицизмов молодежной речи: *Еще на неделе был наш «удар возмездия» на террористическую вылазку в Брянской области — очередная ракетная атака на инфраструктуру Украины. Тут, конечно, есть вопросы к такому, молодежь бы сказала «неймингу», но мы ограничимся словом «название»* [23, 6].

Рефлексивы помогают адаптации необходимых заимствований, что видно в таком примере: статья А. Околеловой (Вечерний Ростов, 14 марта 2017 г.) имеет заголовок «За кем следят ростовские бердвотчеры?» и лид: *Грозно звучащий иностранный термин обозначает лишь любителей наблюдать за пернатými — и тех, и других хватает в южной столице!* [24, 2].

Наконец, в рефлексивах может отражаться в резкое неприятие англицизмов: *...донимают и дырявят нас чужеземные слова-короеды: лакшери, митап, харассмент, чил, коворкинг»* [25, 7];

Я понимаю, что «кеш» и «кешбэк» — это коротко и очень удобно. Но объясните мне, чем удобен «буккросинг» вместо книгообмена? Вот эта нарочитость, демонстрация умения использовать не свое меня задевает, даже не с точки зрения профессиональной, а с гражданской [26].

В рефлексивах автор может дистанцироваться не только от неприемлемого для него иноязычия, но также от популярного жаргонизма: *Начнем с того, что исполнитель он [Шаман] замечательный, у него великолепный голос, тесситура очень хорошая. Аранжировки неплохие, мелодии туповатые, тексты кондовые, но людям, не люблю этого слова, «заходит»* [27, 20].

Использование рефлексивов в текстах медиа способствует преодолению сформированного автоматизма восприятия и обеспечению прагматического эффекта. Для этого автором могут использоваться два или несколько вариантов варианта обозначения одного явления и тем самым устанавливает семантические и прагматические различия: *Конечно, с момента последнего успешного путча (или, если хотите, «революции роз») прошло уже почти 20 лет* [28, 14].

Авторские рефлексии позволяют избежать нарушения хронотопа: *Анчаров — автор сценария первого в СССР сериала «День за днем» (сегодня бы сказали «культового»)* [29, 3].

Действительно, слово «культовый» было совершенно не в ходу во времена СССР, но, чтобы современному читателю была понятнее степень популярности сериала, в юбилейной заметке приводится это слово.

Авторская рефлексия является важным источником сведений о прагматических значениях и о той роли, которую играет та или иная лексема в культурной памяти народа. Ср.: *Кто не помнит феерический взлет Зулехи — крайне сомнительной книги как с точки зрения литературных достоинств, так*

и исторической правды! Но почему и зачем это произошло, почему слабый текст о миллиардах репрессированных, намекающий на всеобщую вину русских за тоталитаризм, собрал не просто все литературные лавры, но и сподобился премии правительства РФ? Кому это было нужно и выгодно? Иначе как **выразительным словом из недавнего прошлого — вредительство** — назвать подобное не получается. С одной стороны, все эти, прости Господи, промоутеры Зулейхи как будто уснули на стопке журналов «Огонёк» — кто-то давно разобрался с миллиардами расстрелянных, кому-то это просто неинтересно. Но с другой — такая литература бьет в цель, внушая ужас и отвращение к прошлому, тем самым разрушая «национальную идентичность» и внося свою лепту в подрыв государственного суверенитета [30, 32].

В 1928 г. «Комсомольская правда» напечатала стихотворение «Вредитель», написанное В. Маяковским в результате знакомства с информацией о раскрытии вредительской организации (так называемое Шахтинское дело). Как известно, деятельность этой организации контролировалась и оплачивалась реальным объединением капиталистов-эмигрантов из Российской империи, которая получила наименование «парижский центр».

Реальность этого дела (в отличие от тех, которые были явно сфабрикованы, когда репрессивная машина набрала обороты) признавали даже оппоненты Сталина (например, Л. Троцкий). В. Маяковский писал:

Прислушайтесь,
на заводы придите,
в ушах –
навязнет
страшное слово –
«вредитель» –
навязнут
названия шахт. <...>
Меня
презрение
и ненависть несут
под крыши
инженеровых квартир.
Мы отдавали
им
последнее тепло... [31, 137].

Речь идет о дипломированных специалистах, которым в голодной стране (где были пайки: простой, усиленный, академический) отдавали все, что могли, а те оказывались вредителями.

В течение нескольких десятилетий слово было типичным историзмом и относилось ко времени плакатов с содержанием типа: «Пятилетку не сорвать! Обломаем лапы вредителям и интервентам!» Но история повторяется. Недаром известный политкомментатор, доктор военных наук К. В. Сивков говорит, что страна сегодня в положении сентября

1941 г.: потеряны Прибалтика и Украина, и на нас ополчилась не только Германия, но вся Европа [32, 137]. И слово «вредители» все активнее используется для характеристики либеральных кругов, которые мешают СВО. А в приведенном примере из газеты «Культура» вскрывается вредительство в сфере культуры, которое в конечном счете тоже подрывает суверенитет страны.

Авторские рефлексии свидетельствуют о возвращении в активный запас мелиоративов советского прошлого: *Маленькая инициативная группа, иными словами — активисты (здесь уместно вспомнить пионерско-комсомольское прошлое), крутилась возле сцены, помогая подготовить рабочее место для званого гостя* [33, 22].

Иногда, однако, делаются оговорки о том, что далеко не всеми возвращение в активный обиход таких слов будет принято с одобрением:

— *Вы, кажется, продвигаете идею своего рода «культурных комиссаров», которые бы «присматривали» за разными культурными направлениями?*
— *Слово «комиссар» многих сразу начинает отпугивать. Назовите иначе* [34, 12].

Развернутый комментарий по поводу прагматического созначения слова «пакт» содержится в статье Я. И. Кедми: *А взять пакт Молотова-Риббентропа. Заметьте, что даже ваши пропагандисты повторяют это слово: пакт. А его ведь придумали антисоветчики. На самом деле это обычный договор. Такой же как мюнхенский, польский или французский. Нет, вы называете его пактом, потому что ничего не понимаете в пропаганде. И не придаете значения словам. И не защищаете ни свою честь, ни свою правду.*

У вас богатая история, она замечательна во многих моментах, колоссальные достижения — и объективно, и субъективно. Почему же ваш народ этого не знает или об этом не говорит? Почему вся история СССР — это лагерь? Да, они были, это надо знать и помнить, но политически это была небольшая часть, и не они решили все проблемы. То, каким государство было, каким стало и почему, — вот главные вопросы. <...> Ни в одной армии мира не было своего Сталинграда, не было Брестской крепости. Слова «Я умираю, но не сдаюсь» кровью написаны только на русском языке. Ни на одном другом языке никогда никто этого не писал. И в этом огромное отличие. Это то, что дает силу России [35, 3].

Интересно, что толковые словари при слове «пакт» дают помету «офиц.», что подразумевает отсутствие оценочных коннотаций. Получается, что именно авторские рефлексии (в данном случае — Я. И. Кедми) оказываются более точными и информативными.

В рефлексиях отражается мирозерцание эпохи и, соответственно, языковая ситуация времени. Ср.: *Престиж рабочих и даже инженерных профессий упал еще в 1990-е гг. Были закрыты тысячи про-*

фтехучилищ. Слово «ремеслуха» стало почти ругательным [36, 7].

Авторская рефлексия может оказаться необычной интерпретацией привычного выражения: *Если честно, я сама понятие «элита» не люблю. Как говорил мой приятель Миша Шевелев в ту пору, когда работали в газете «Московские новости»: «Элита — это животноводческий термин, выбранный в качестве самоназвания группой лиц, укравших слишком много денег». Это было сказано в 90-е годы. Но определение обожаю до сих пор* [37, 12].

Как видим, в рефлексии выражено вполне обоснованное мнение о том, что привычное обозначение, принятое в большинстве стилей и жанров современного литературного языка, весьма сомнительно с точки зрения понятийного содержания и небезупречно в этическом смысле.

Итак, авторская рефлексия фиксирует внимание на актуальных процессах в лингвокультуре, фиксирует «точки коммуникативного и концептуального напряжения» [15], а иногда рефлексив оказывается более информативным и точным, чем словарные пометы. Как известно, медиа выполняют не только информационную, но также ценностно-ориентирующую и образовательную функции. Это достигается многими средствами, среди которых не последнее место занимает такой прием, как вербализованная авторская рефлексия. Благодаря авторской рефлексии актуализируется влияние метаязыковой информации на динамику языкового сознания социума. Отражающие авторскую рефлексив лексические единицы — рефлексивы — способ фиксации и передачи особенностей такого коммуникативного феномена, как языковая ситуация, а также характерных для нее регулярных процессов расширения лексического состава, в том числе за счет заимствований и прагматических модификаций. Таким образом, авторская рефлексия и фиксирующие ее единицы — рефлексивы — детерминируют осознание динамических процессов в лексике, а это значимо для характеристики языка как системы на этапах закономерной нестабильности социума. Именно в рефлексивах нередко указываются точки «речевого напряжения», то есть то, что требует разъяснения, комментария, углубленного осмысления с позиций экологического мышления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шумарина М. Р. Метаязыковая рефлексия в фольклорном и литературном тексте: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / М. Р. Шумарина. — М., 2011.
2. Полонский А. В. Медиалект: язык в формате медиа / А. В. Полонский // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. — 2018. — Т. 37. — № 2. — С. 230–240.
3. Андрусенко Е. А. Метаязыковая рефлексия в художественных текстах В. П. Астафьева: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Андрусенко. — Кемерово, 2012.

4. Булыгина Т. В. Человек о языке (метаязыковая рефлексия в нелингвистических текстах) / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев // Логический анализ языка: Образ человека в культуре и языке. — М., 1999. — С. 146–161.
5. Вежбицка А. Метатекст в тексте / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 8. Лингвистика текста. — 1978. — С. 402–421.
6. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. — М., 2005.
7. Иванников Е. Б. Языковая рефлексия в интернет-жаргоне: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Б. Иванников. — СПб., 2020.
8. Козлова Е. Е. Заимствования как объект метаязыковой рефлексии рядовых носителей русского литературного языка: начало XXI века: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Е. Козлова. — Томск, 2012.
9. Кормилицына М. А. Рефлексивы в речевой коммуникации / М. А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации. — Саратов, 2000. — С. 20–25.
10. Крючкова О. Ю. Рефлексивность диалектной речи / О. Ю. Крючкова // Язык — Сознание — Культура — Социум. — Саратов, 2008. — С. 214–223.
11. Кузьмина Н. А. Автокомментирование как форма проявления метаязыкового сознания (на материале русской поэзии новейшего времени) / Н. А. Кузьмина // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. — Кемерово, 2009. — Ч. 2. — С. 192–209.
12. Лунде И. Слово напказ: языковая практика и ее рефлексия в Интернете / И. Лунде // Настройка языка: управление коммуникациями на постсоветском пространстве. — М., 2016. — С. 224–241.
13. Мечковская Н. Б. Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета / Н. Б. Мечковская // Русский язык в научном освещении. — 2006. — № 2 (12). — С. 165–185.
14. Репринцева М. А. Понятие метаязыка и его трактовки / М. А. Репринцева // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». — 2014. — № 2. — С. 232–237.
15. Сальман Е. А. Авторская рефлексия как знак освоения новых явлений в лексике (на материале публицистики М. А. Булгакова 1920-х гг.) / Е. А. Сальман // Вестник СПбГУ. Сер. 9. — 2009. — Вып. 4. — С. 133–139.
16. Шапилова Н. И. Метаязыковые рефлексивы в художественном дискурсе (на материале произведений В. П. Астафьева) / Н. И. Шапилова // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. — Кемерово, 2010. — Ч. 3. — С. 110–117.
17. Шаблинская О. Чемодан неприятностей. Владимир Машков — о современном театре, участии артиста и своей глубокой печали / О. Шаблинская // Аргументы и факты. — 2021. — № 38.
18. Власов П. В точке бифуркации / П. Власов // Культура. — 2023. — № 2.
19. Новиков В. Словарь модных слов / В. Новиков. — М., 2005.
20. Новиков В. Новый словарь модных слов / В. Но-

виков.— М., 2008.

21. Новиков В. Словарь модных слов. Языковая картина современности / В. Новиков.— М., 2016.

22. Титов И. Дело Трампа / И. Титов // Завтра.— 2023.— № 12.

23. Попов Д. Свинорейх против Новороссии» / Д. Попов // Московский комсомолец.— 2023.— 15–21 марта.

24. Околелова А. За кем следят ростовские бердвотчеры? / А. Околелова // Вечерний Ростов.— 2017.— 14 марта.

25. Евсеев Б. Детоотступники / Б. Евсеев // Литературная газета.— 2022.— № 26.

26. Что происходит с родной речью в эпоху пандемии // Российская газета.— 2021.— 2 июня.

27. Ноздряков Д. Дед Архимед: Потребность сострадать ушла из человека / Д. Ноздряков // Собеседник.— 2023.— № 20.

28. Ростовский М. Второй грузинский фронт против Москвы / М. Ростовский // Московский комсомолец.— 2023.— 15–21 марта.

29. Опасная архаика. К 100-летию со дня рождения Михаила Анчарова // Литературная газета.— 2023.— № 14.

30. Замлелова С. При чем тут Зулейха? / С. Замлелова // Культура.— 2022.— № 12.

31. Маяковский В. В. Вредитель. Собр. соч. в 12 томах / В. В. Маяковский.— М., 1978.— Т. 5

32. Интервью YouTube-каналу «День» от 3 июня 2023 г.

33. Епифанов И. Вы не представляете, каким богатством владеете! / И. Епифанов // Аргументы недели.— 2023.— № 13.

34. Захар Прилепин: патриотической культуре нужны свои институции» // Культура.— 2022.— № 11.

35. Барова Е. «Не стыдитесь своей истории». Яков Кедми о том, что может дать силу России / Е. Барова // Аргументы и факты.— 2021.— № 41.

36. Костиков В. Кому лобзик, кому бзик / В. Костиков // Аргументы и факты.— 2023.— № 21.

37. Интервью с Ириной Ясиной // Собеседник.— 2023.— № 13.

Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы

Куликова Э. Г., доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций

E-mail: kulikova_ella21@mail.ru

*Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia
Kulikova E. G., Doctor of Philology, Professor of the Mass
Communications Department*

E-mail: kulikova_ella21@mail.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ТЕМАТИКИ В АСПЕКТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В СМИ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ

С. В. Лопаткина, М. С. Шармаева

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова

Поступила в редакцию 3 июля 2023 г.

Аннотация: в статье анализируется специфика представления темы «культура» в аспекте регионального туризма в современных СМИ. В работе проводится сопоставительная характеристика репрезентации культурной тематики в аспекте регионального туризма в материалах ИА «19rusinfo.ru» и республиканской газеты «Хакасия».

Ключевые слова: культура, туризм, культурный туризм, культурное наследие, региональные СМИ.

Abstract: the article analyzes the specifics of the presentation of the topic «culture» in the aspect of regional tourism in modern media. The paper presents a comparative characteristic of the representation of cultural themes in the aspect of regional tourism in the materials of IA «19rusinfo.ru» and the republican newspaper «Khakassia».

Keywords: culture, tourism, cultural tourism, cultural heritage, regional media.

В статье предпринята попытка рассмотрения культурной тематики в аспекте регионального туризма в медиаматериалах информационного агентства «Хакасия» и республиканской газеты «Хакасия» за 2022 г, который в России был объявлен Годом культуры. Выбор данных СМИ объясняется тем, что они ориентированы на широкую аудиторию и позволяют выявить сложность и актуальность изучаемой темы.

По справедливому, на наш взгляд, утверждению Ю. В. Благова, журналистика, выступая как «средство распространения культурной информации», «участвует в формировании культурного облика общества и удовлетворении его культурных потребностей» [1, 79]. Культура является одной из важнейших характеристик общества в целом, его развития, существования, ценностей и поведения, передающихся из поколения в поколение. Ценности представляют собой совокупность конкретных идеалов и моделей поведения, произведений культуры и искусства, приемов и результатов исследований.

Понятие «культура» включает в себя несколько структурных элементов в зависимости от типа субъекта: элитарная, высокая культура (созданная привилегированными группами в обществе), массовая культура (адаптированная к потребностям широкого круга потребителей культуры и имеющая широкое распространение), народная культура (сформировавшаяся с момента образования национального государства).

Разнообразие трактовок «культуры» отражает глубинность и многогранность человеческого существования. Например, культура описывается как «идеализированный аспект жизни людей, челове-

ского поведения и отношений» [2, 139], как «исторически определенный уровень общества и человека, выражающийся в типах и формах организации жизни и деятельности людей и создаваемых ими материальных и духовных ценностях, определяемый как «развитие» [3, 87], как «система ценностей и норм, поддерживающая социализацию общества [4]. Следовательно, понятие «культура» определяется как физические, психические и социальные продукты (нормы, обычаи, цели, отношения, процессы, идеи, ценности и модели поведения, лежащие в основе социальной, коллективной и личной жизни), формы и другие рукотворные явления и предметы.

В научной литературе «культурный туризм» исследователи рассматривают как «познавательный туризм [5, 213], «экскурсионный», «экскурсионно-познавательный», «краеведческий» или «интеллектуальный» [6]. Вслед за исследователями В. К. Бойченко, Н. И. Кабушкиным, М. Б. Биржаковым под культурным туризмом понимаем духовное присвоение своего культурного богатства в его аутентичной форме посредством путешествий и экскурсий.

Представим классификацию видов культурного туризма: культурно-исторический, культурно-событийный, культурно-религиозный, культурно-археологический, культурно-этнографический, культурно-этнический, культурно-антропологический, культурно-экологический [7, 12].

Культурный туризм в современном обществе выполняет следующие функции: культурно-познавательную, образовательную, культуuroохранную, коммуникационную и миротворческую (сплочение разных народов, изучение и взаимодействие различных между собой культур, приобщение к единой цели, единению и популяции). Цель культурного туриз-

ма — познакомить с историей и культурой региона, обычаями, духовными и религиозными ценностями определенного народа; приобрести новые знания. В этой связи справедливо, на наш взгляд, утверждение Е. Н. Антипкиной о необходимости изучения проблемы «трансляции культурных ценностей посредством Интернета, телевидения и кинематографа в современном медиапространстве» [8]. Все культурные достижения должны быть презентованы.

В наши дни именно журналистика играет ведущую роль в распространении и актуализации культурных ценностей в обществе. Согласимся с утверждением Е. П. Прохорова, который рассматривал журналистику как культурный институт, призванный способствовать духовному росту масс и развитию творческого потенциала человека [9, 22]. С помощью материалов о культуре журналисты могут рассказать истории отдаленных или неизвестных этнических групп и передать их уникальную культуру. Считаем важным подчеркнуть, что культура в СМИ давно вышла за пределы колонок об искусстве и охватывает такие области, как бизнес, туризм и т.д. Согласно исследованию Т. С. Болховитиной, культурная журналистика включает в себя часто обсуждаемые темы: литературное творчество, культурные события, мероприятия, защита исторического наследия, общекультурные вопросы (архитектурные памятники и музейные вопросы, искусство, театр, музыка, кино и сами новости культуры) [10, 156].

Обращение к изучению культурной тематики журналистских материалов в аспекте туризма объясняется активным развитием туристической сферы в Республике Хакасия. Из года в год в республике совершенствуются местные культурные и исторически важные места, реставрируются памятники: республику адаптируют для посещения туристов. Особое внимание правительство Республики Хакасия уделяет экологической стороне туризма и его абсолютной доступности для каждого. Региональные СМИ принимают непосредственное участие в формировании актуальной повестки дня на эту тему, предоставляя информацию о культурно-историческом наследии республики, формируя ее позитивный имидж.

Рассмотрим специфику освещения культуры через призму туризма в публикациях *19rusinfo.ru*, в которых раскрывается взаимосвязь Хакасии как отдельной и уникальной республики со своей культурой и другими субъектами. Благодаря подобной ретрансляции культурной жизни региона происходит популяризация хакасской культуры и на мировом уровне.

Общее количество материалов на культурную тематику за 2022 г. по сезонам составило: зима — 222, весна — 346, лето — 203, осень — 305 публикаций (фестиваль «Шорской культуры», проект «Моя Хакасия», открытие Года культурного наследия в Хакасии; фестиваль «Тун Пайрам», этнический фести-

валь «Мир Сибири», археологические раскопки и экскурсии и др.).

Публикации ИА «Хакасия» мы классифицировали по видам культурного туризма: культурно-исторический («Туристические достопримечательности Хакасии становятся доступнее», «Стоянка Кюн-Таг-1» станет объектом культурного наследия», «В Хакасии таинственные “Сундуки” вновь привлекли к себе внимание», «Хакасская пещера вошла в десятку самых мистических направлений России», «Таинственная Хакасия стоит вашего внимания», «В Хакасии “Сулэки” и “Долину Бабик” готовят под туристические объекты»); культурно-этнический («В августе каждый может попробовать национальную кухню Хакасии», «Шаманы выступили против застройки Тропы предков в Хакасии»); культурно-антропологический («Вызов тайге дорого обойдется — о коммерческом туризме в Хакасии», «В Хакасию прибывает делегация Ростуризма во главе с Зариной Догузовой»); культурно-экологический («Напоминает коктейль “Кровавая Мэри” — ученые рассказали, что происходит с озером Шира»); культурно-событийный («Рядом с Хакасией лестница “заговорит” с туристами», «Ергаки и Шушенское будут на турмаршруте», «Одна из туристических троп Хакасии ждет благоустройства», «Какие достопримечательности Хакасии покажут в новом тревел-шоу»).

В публикации «В Хакасии таинственные “Сундуки” вновь привлекли к себе внимание» (от 21 июля 2022 г.) сообщается: «В Хакасии сотрудники управления культуры Ширинского района и Ширинского краеведческого музея имени Д. С. Лалетина побывали на астро-археологической экскурсии в музее-заповеднике “Сундуки”. Организована она была культурно-просветительским центром имени В. Е. Ларичева ООО “Арк-Тур”». Материал относим к культурно-историческому виду и к культурно-антропологическому виду.

Жанр публикации — путевой очерк. В тексте представлена тематическая группа слов, относящаяся к анализируемой теме: *музей, заповедник, культура, краеведческий музей, экскурсовод, петроглифы, мифология, археологический комплекс* и др., а также художественно-выразительные средства, создающие образ описываемого памятника культуры: *природные явления раскрылись во всей красе, чувствуется энергетика природы; духи далеко не всех пускают в это место: кружат вокруг, запутывают дорогу, насылают ливни с грозами и сильными ветрами (метафоры), таинственные «Сундуки», завораживающая местность, удивительные явления* (эпитеты), *экскурсия оказалась плодотворной!* (восклицание) и др. Материал об известном в Хакасии памятнике культуры — «Сундуки» — сопровождается галереей фотографий, которые соответствуют общей тематике текста: изображен сам исторический памятник и туристы, покоряющие его.

Публикация от 11 июня 2022 г. «По стопам богатырей-Альпов» презентуют туристический маршрут в Хакасии: «В Алтайском районе Хакасии в эти минуты проходит презентация нового туристического маршрута «По стопам богатырей-Альпов». Маршрут протяженностью 12 км располагается за поселком Изыхские Копи Алтайского района. Пеший и велосипедный круглогодичный маршрут предназначен для любых групп населения. Также он будет интересен любителям квадро- и мотопоездок».

Публикация относится к культурно-историческому виду, так как участники путешествия совершили маршрут по сакральным хакасским местам, а по пути посетили Изыхский чаатас. Материал отражает культурные события: герои принимают участие в мероприятии, связанном с открытием нового туристического маршрута, по ходу которого имеют возможность знакомиться с памятниками культуры. Журналистское произведение носит событийный характер и относится к жанру путевого очерка, смежного с информационной заметкой. В тексте используется тематическая лексика, относящаяся к анализируемой теме: *экскурсионный объект, тропы, древняя крепость, открывающийся вид, смотровая площадка, музей, историческая инсталляция, амфитеатр, сад камней* и др. В материале представлены карта маршрута и фотографии сакральных мест, благодаря которым читатель имеет возможность проследить весь путь следования.

Таким образом, наибольшее число текстовых материалов ИА «Хакасия» относится к культурно-историческому виду, а наименьшее — к культурно-экологическому виду. Данный факт позволяет говорить о том, что *19rusinfo.ru* освещает и поддерживает историко-культурную тематику. Материалы о реставрации важных культурных памятников прошлого, заседания и конференции, посвященные сохранению культурного наследия Хакасии, открытие новых туристических маршрутов на местах заповедных хакасских земель и другое — культурная сводка информационного агентства.

Нами были проанализированы публикации с сайта республиканской газеты «Хакасия». Общее количество публикаций на культурную тематику за 2022 г. по сезонам составило: зима — 212, весна — 236, лето — 208, осень — 256 материалов (открытие Года культурного наследия народов России в Национальном центре народного творчества им. С. П. Кадышева, праздник Чыл пазы, фестиваль «Мир Сибири», праздник Тун Пайрам, «Джаз в Хакасии», праздник День коренных народов РХ, проект при поддержке Президентского фонда культурных инициатив «Русский язык и литература — культурное достояние народов России», праздник День Талгана, «Ўртүн тойы» — праздник урожая, съемки нового тревел-шоу в Хакасии и др.).

Анализ публикаций республиканского интернет-издания газеты «Хакасия» позволяет отнести их к различным видам культурного туризма: культурно-историческому («Страна курганов раскроет свои секреты», «Лучшая туристическая пещера находится в Хакасии», «Как подняться на гору Чалпан и стать молекулой?», «Диалог с застывшими в камне веками и строками эпоса», «Фантастические твари или боги, которые всегда рядом?», «Мистер О и другие загадки таштыпских масок»); культурно-этнографическому («Сегодня в доме литераторов отмечают День хакасской поэзии», «Когда кости молчат, говорит наука», «Поддержка коренных малочисленных народов Хакасии: приоритетные направления», «Главный герой — хакасский эпос»); культурно-антропологическому («Хакасия: покорить и покориться пяти стихиям», «Здесь заряжаешься энергией: Оглахты стали местом силы для российских туристов», «Первый импульс по направлению к Мекке», «Тайны древней земли», «Блогеры о Хакасии: сейчас самое время увидеть эту красоту», «Регионы Сибири объединились ради туризма»); культурно-экологическому («Создан масштабный VR-тур по заповедной Хакасии», «Жители Хакасии будут путешествовать по Чуйскому тракту вместе с аудиогидом», «Пролетая над гнездом динозавра», «Геополоса посреди леса: в Хакасии развивается глэмпинг»); культурно-событийному («“Чыл Пазы” зовут отметить в музее», «Хакасия показала свой туристический потенциал на международной выставке в Москве», «Международный фестиваль “Чир Чайан” охватит всю Хакасию», «Театр “Читиген” на Сагайской поляне представит этнический спектакль», «Сохранить память для будущих поколений»).

В публикации от 21 июня 2022 г. «“Разведка” впечатлилась» в рамках инфотура по Хакасии, который был организован туристским информационным центром, сообщается о представителях разных СМИ со всей России, которые посетили Хакасию. «Кто-то из гостей даже не смог сдержать слез счастья — так давно уж хотелось побывать на гребне сооружения, где, — как сказал главный редактор проекта *Tutu.ru* Тимур Юсупов, — “чувствуешь себя муравьишкой»».

Материал относится к культурно-антропологическому и к культурно-экологическому виду. Публикация представлена в жанре интервью с элементами очерка: наличие большого количества описательных авторских вставок, рассуждения сопровождаются репликами путешественников.

Журналисты используют тематическую лексику: *краеведческий музей, экскурсия, история Хакасии, петроглифы, курганы* и др. Художественно-выразительные средства помогают создать определенное представление: *приехать, увидеть и получить; степь, камни, курганы (однородный ряд), общее впечатление, как тот пазл, что необходимо собрать из разноцветных кусочков, пожалуй, удалось сложить* (сравнение), *краеугольный камень, слезы радости, земля*

пяти стихий (фразеологизм), два часа экскурсии разбудили интерес к истории Хакасии (олицетворение) и другие. Публикация сопровождается фотографией, на которой изображена Саяно-Шушенская ГЭС. Туристы поделились, что именно СШ ГЭС впечатлила их больше всего. Она же является одним из пунктов туристического маршрута.

Тематическая направленность рубрики «Культура» в газете «Хакасия» разнообразна: новости из мира кинематографа и литературы, театра, музеев, которые практически всегда имеют пересечение с темой туризма. Отметим отдельные тематические группы: это археологические раскопки, фотография, музыкальное и танцевальное творчество, реставрация культурного наследия, что позволяет не просто информировать о важных культурных событиях жизни республики, но и содействовать развитию культурно-исторических традиций, приобщать к культуре разных народов.

Таким образом, общее количество материалов на культурную тематику за 2022 г. в анализируемых СМИ составило: ИА *19rusinfo.ru* — 1076, интернет-издание газеты «Хакасия» — 914. Разница в 162 материала обусловлена тем, что информационное поле ИА «Хакасия» несколько шире, чем у газеты «Хакасия». *19rusinfo.ru* имеет возможность публиковать новости оперативно, выйти за рамки аудитории республики, привлечь туристов из разных регионов России. Издание газеты «Хакасия» уделяет особое внимание рубрике «Культура», размещая весомые и объемные материалы, уделяя внимание известным личностям из мира культуры, проживающим в Хакасии, приезжим гостям, взаимовыгодному сотрудничеству в сфере культурного туризма Хакасии и других регионов.

Каждое из анализируемых СМИ заинтересовано в том, чтобы поддерживать и формировать высокую культуру у читателей, возвращать в каждом из них непосредственную заинтересованность в культурной жизни республики, находиться в курсе всех культурных событий, происходящих на территории Республики Хакасия. Таким образом, ИА *19rusinfo.ru* и республиканская газета «Хакасия», репрезентируя в публикациях богатое культурное наследие Республики Хакасия, способствуют культурному обмену между людьми, укрепляя отношения и развивая туристическую сферу.

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова

Лопаткина С. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры русской филологии и журналистики

E-mail: lopatkina2878@mail.ru

Шармаева М. С., студентка

E-mail: Sharmaeva03@inbox.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Благов Ю. В. Культурологический аспект в журналистике / Ю. В. Благов // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. Т. 2. — 2021. — № 2. — С. 78–83.
2. Фахрутдинова А. З. Общественные объединения как фактор сохранения и трансляции культурных ценностей / А. З. Фахрутдинова, Н. В. Отургашева // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2013. — № 2. — С. 135–140.
3. Байбаков Н. К. Большая советская энциклопедия / Н. К. Байбаков. — М., 1969.
4. Ершова Ю. Я. Культура, субкультура, контркультура: дефиниция и демаркация понятий / Ю. Я. Ершова // Вестник СПбГИК. — 2016. — № 4 (29). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-subkultura-kontrkultura-definitiya-i-demarkatsiya-ponyatiy> (дата обращения: 27.06.2023).
5. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма / Н. И. Кабушкин. — М., 2004.
6. Козлова Н. А. Проблемы применения терминологии в индустрии международного образовательного туризма / Н. А. Козлова // *π-Economy*. — 2008. — № 4 (61). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-primeneniya-terminologii-v-industrii-mezhdunarodnogo-obrazovatel'nogo-turizma> (дата обращения: 30.06.2023).
7. Мошняга Е. В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме / Е. В. Мошняга // Вестник Московского государственного университета. Серия. 18: Социология и политология. — 2008. — № 4. — С. 5–19.
8. Антипкина Е. Н. Проблема трансляции культурных ценностей в современном медиапространстве / Е. Н. Антипкина // *Наследие веков*. — 2019. — № 4 (20). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-translyatsii-kulturnyh-tsennostey-v-sovremennom-mediaprostranstve> (дата обращения: 30.04.2023).
9. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник / Е. П. Прохоров. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 349 с.
10. Болховитина Т. С. Культурные процессы в зеркале российских СМИ: политологическое измерение / Т. С. Болховитина // *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*. — 2009. — № 2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-protsessy-v-zerkale-rossijskih-smi-politologicheskoe-izmerenie> (дата обращения: 29.06.2023).

*N. F. Katanov Khakass State University
Lopatkina S. V., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Russian Philology and Journalism Department
E-mail: lopatkina2878@mail.ru*

*Sharmaeva M. S., Student
E-mail: Sharmaeva03@inbox.ru*

СМЕХОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

С. В. Лопухов

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 16 мая 2023 г.

Аннотация: в данной статье вводятся в оборот новые термины, такие как «комический скриншот», «комическая киноафиша», «пикча» и «бузурт» и проводится жанровая дифференциация интернет-контента, нацеленного на всплеск смеховых эмоций пользователя.

Ключевые слова: интернет-жанр, мем, смеховая культура, пикча, бузурт, скриншот, сатирическая новость

Abstract: this article introduces new terms such as “comic screenshot”, “comic movie poster”, “picture” and “butthurt” and carries out genre differentiation of Internet content aimed at a surge of laughing emotions of the user.

Keywords: internet genre, meme, laughing culture, picture, butthurt, screenshot, satirical news.

Развитие интернета влечет за собой возникновение новых жанров, бытующих в специфических условиях Сети. К существованию новых устойчивых форм текста привела мультимедиальность — возможность сочетать визуальный, текстовый, видео- и аудиоконтент.

Большой популярностью (количество «лайков», цитирование, репликация) пользуются те материалы, которые выполнены в определенной манере и нацелены на «всплеск смеховых эмоций» — это малые комические интернет-жанры. Данная группа жанров требует особого внимания, так как в академическом дискурсе не хватает терминологии, чтобы описать её достаточно полно и объективно. Вероятно, это связано с кажущейся «несерьезностью» многих новейших жанров.

Необходимо уточнить, что понимается в статье под «жанром», поскольку в современном дискурсе, в том числе и научном, также существует термин «формат». Эти два термина схожи по семантике и иногда используются как синонимы [1], но иногда противопоставляются [2].

Мы принимаем устоявшееся определение жанра как устойчивой формы текстового произведения [3]. В контексте данной статьи текст подразумевается не в лингвистическом, а семиотическом смысле (любая последовательность знаков), поскольку в интернет-среде обычно производятся мультимодальные лаконичные тексты, далекие от традиционных знаковых систем. Что касается дихотомии жанр/формат, мы согласны с исследователями, считающими жанр более узким понятием по отношению к формату [4]. Формат — это особенность использо-

вания тех или иных жанров в различных изданиях, а контексте нашей работы — на различных интернет-площадках, в зависимости от идеологической и стилистической ориентации площадки. Например, мем — важнейший интернет-жанр, по-разному оформляется и подается аудитории в разных интернет-сообществах, на разных площадках.

Важным в контексте данной статьи также является понятие интернет-жанра: это — жанр текста, бытующего в интернете и включающего в себя связанные с цифровыми условиями особенности, которые технологически невозможны для классического жанра: подвижность границ, мультимедиальность [5].

Среди многочисленных интернет-жанров существует группа, которую мы назвали «смеховыми интернет-жанрами». Хотя текст в любом жанре может вызывать смеховые эмоции, жанры из названной группы нацелены, главным образом, на смеховую реакцию и оформлены определенным образом.

1. Мем

Среди смеховых интернет-жанров важнейшим является мем. Это текст, базирующийся на идее и состоящий из неизменяемой части (инварианта — чаще всего это картинка) и изменяемой части (варианта — обычно текст). Мемы размножаются в сети в различных вариантных версиях при сохранении неизменяемого компонента. Мем может быть звуковым, вербальным, визуальным и креолизованным (сочетать изображение с вербальным текстом). Последняя форма наиболее распространена.

На илл. 1 представлен пример креолизованного мема. Неизменяемой частью является изображение и эмоционально нагруженная идея. А изменяемой — вербальный текст, который трансформируется в зависимости от тематики и контекста применения мема.



Илл. 1.

Поскольку мем содержит неизменяемую часть, которая быстро становится известной интернет-пользователям, в основе этого жанра лежит явление прецедентности. А из прецедентности следует способность мемов не только развлекать, но и успокаивать пользователя: он видит текст, который видел ранее, что способствует психологическому комфорту [5].

Данный смеховой интернет-жанр — один из самых популярных, а также один из самых старых. Иногда и в академической среде [6] мемами называют все смеховые жанры сети. Зачастую под мемом понимают любое комическое изображение либо креолизованный текст [7].

Такое обобщение, с одной стороны, размывает понятие мема, а с другой — мешает точному определению других смеховых интернет-жанров. Данное выше определение мема восходит к работе Р. Докинза [8], который и ввел данный термин. Докинз пополнил научный лексикон новым понятием, которое намеренно созвучно слову «ген». Так британский исследователь указывал на способность мема *реплицироваться* — т. е. распространяться в новых вариантах с сохранением неизменяемой части.

Поэтому мы полагаем, что называть все смеховые изображения сети мемами не вполне корректно. Мем — это жанр, имеющий уникальную возможность распространяться посредством репликации, обрастать новыми изменяемыми элементами, при сохранении основной идеи, и при этом распространяться с вирусной скоростью. Подобных жанров не существовало в «доинтернетную» эпоху. Например, анекдот, хотя еще в XX веке мог распространиться из одного конца СССР в другой (распространяться вирусно) меньше, чем за сутки, является текстом, составляющие которого весьма статичны и почти неизменяемы.

Что касается других смеховых интернет-жанров, они заслуживают не меньше внимания и требуют иного определения, чем мем.

2. Пикча

Пикча — (от англ. picture — изображение) визу-

альный либо визуально-текстовой (креолизованный) текст, вызывающий смеховые эмоции. Предшественниками пикчи в «доинтернетную» эпоху являлись лубочные картинки и карикатуры. В отличие от мема, произведения в этом жанре статичны.

Комический скриншот

Комический скриншот — снимок экрана, демонстрирующий поведение других пользователей интернета. Обычно в комических скриншотах запечатлены комментарии. Этот жанр очень популярен, поскольку комментарии, как правило, оставляют реальные люди. Если позиция этих людей или метод ее выражения вызывает смеховые эмоции у других пользователей, то комментарии попадают в скриншоты и публикуются. Комический скриншот — это жанр, не имевший аналогов до существования интернета.

Популярное в быту и академической среде обобщение, скотором мы полемизируем, — это определение скриншотов, пикчей и мемов под единым понятием мема. Но это разные жанры, которые объединяет разве что креолизованная форма и бытование в интернете.

3. Бугурт

Бугурт — (от англ. butthurt — боль в седалище) вербальный текст из коротких предложений, набранный заглавными буквами при написании символа «@» с каждой новой строки. Этот жанр также появился исключительно в эпоху интернета. Смысл жанра — показать возмущение по поводу чего-либо (пример — илл.2). Данный жанр не имел аналогов до существования интернета.

```

НЕ ПОНИМАЕШЬ КАК РАБОТАЕТ БИЗНЕС
@
НУ А ЧЕ ТАМ ПОНИМАТЬ. БУРЖУЙ ПРИЛЕТЕЛ С ПЛАНЕТЫ НИБИРУ И ВЗЯЛ
РАБОЧЕГО В ПЛЕН
@
ПОЛУЧАЕТ 100$ ЗА ПРОДАЖУ ТОВАРА, ОДАЕТ 25$ РАБОЧЕМУ
@
75$ ПОЛУЧАЕТ ЗА ТО, ЧТО ПРОСТО ГОВОРИТ РАБОЧЕМУ: "РАБОТАЙ БЫСТРЕЕ"
@
ГРАБЯТ ЧЕСТНОЙ НАРОД, ГРАБЯТ, АЙ-ЯЙ-АЙ
@
ПРЕДЛАГАЕШЬ АЛЬТЕРНАТИВУ
ВЗЯТЬ ОГНЕСТРЕЛ, ВИЛЫ, ТОПОРЫ, НЕБО, АЛЛАХА
@
УБИТЬ ВСЕХ ЭТИХ БОГАЧЕЙ И ИХ ПРИХВОСТНЕЙ
@
ПОДЕЛИТЬ ВСЁ МЕЖДУ ВСЕМИ
@
ВСЕРЬЕЗ СЧИТАЕШЬ, ЧТО ЭТО НЕ ГРАБЕЖ
    
```

Илл. 2.

Концепция бугурта близка к концепции мема, поскольку предполагает общую идею, которая присутствует в разных контекстах (во всех бугуртах — это идея возмущения чем-либо, например, нелогичностью чьих-то взглядов).

5. Сатирическая новость

Сатирическая новость — информационная заметка, которая, в отличие от фейковой новости (цель которой ввести в заблуждение), прямо подразумевает недостоверность и является сатирой. Существуют интернет-сообщества, публикующие контент исклю-

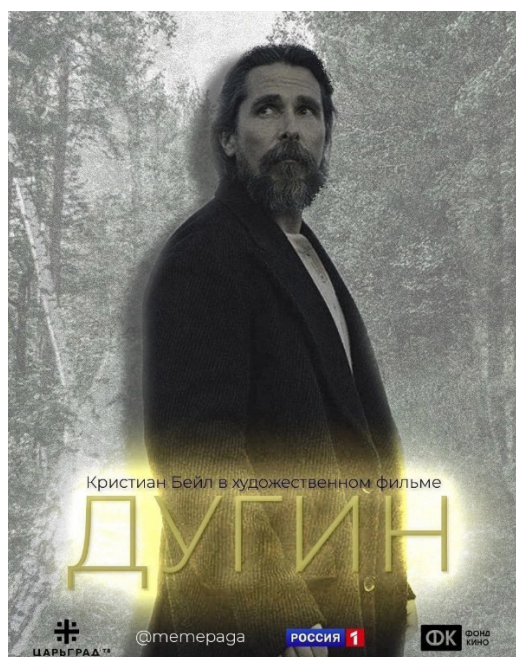
чительно в этом жанре, в первую очередь — «Информационное агентство Панорама». Предшественником данного жанра можно считать любую сатиру.

Если определение мема нам пришлось конкретизировать и дополнить, а жанры комического скриншота, пикчи и бугурта определить для академического дискурса впервые (хотя они используются в бытовом интернет-общении), то феномен сатирической новости уже неоднократно описывался и получал точное определение в академическом сообществе [9]. Таким образом, сатирическая новость — единственный смеховой интернет-жанр, который не был обделен точным научным определением.

Также стоит отметить, что если мем, бугурт и комический скриншот не имели аналогов в досетевую эпоху. Для пикчи и сатирической новости, наоборот, можно найти предшественника в виде любого сатирического текста. Мы подчеркиваем этот момент, поскольку в условиях упомянутой выше терминологической размытости, можно встретить подход, согласно которому предшественником мема является лубочная картинка [7]. Мы настаиваем на том, что ряд смеховых интернет-жанров, в том числе мем, не имеют аналогов в прошлом, хотя для пикчи и сатирической новости найти предшественников можно.

6. Комическая киноафиша

Комическая киноафиша — это креолизованный текст, представляющий из себя пародию на киноплакат. Концепция данного жанра близка к концепции сатирической новости. Цель подобных текстов — не обмануть пользователя информацией о несуществующем фильме, а вызвать смеховые эмоции идеей данного несуществующего фильма. Например, предполагается, что фильм с российским сюжетом про известных россиян снят в Голливуде, пример на илл.3.



Илл. 3.

Данный жанр сложен для создания новых произведений, поскольку требует навыков работы с графикой. Вместе с тем он существует давно (примерно с начала XX века, когда кино стало популярным искусством). Самый старый образец подобной комической киноафиши, который мы нашли, относится к 1917 г. На нем представлен несуществующий фильм культового американского режиссера Д. Гриффита о русско-американской дружбе (илл.4).



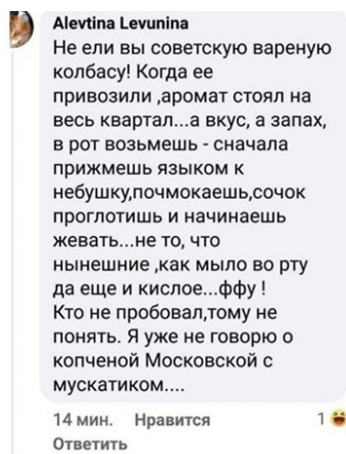
Илл. 4.

Хотя данный жанр существует давно, его популярность выросла именно в эпоху интернета благодаря легкости распространения и доступности графических приложений, позволяющих создавать подобные креолизованные тексты.

Конвергенция смеховых интернет-жанров

Наконец, в условиях интернет-среды все перечисленные жанры могут конвергироваться. Пример жанровой эклектики на илл.3 — комический скриншот в сочетании с мемом. Скриншот на этом примере воспроизводит комментарий, и вместе со скриншотом интернет-пользователь видит мем известный как «плачущий думер».

Таким образом, если говорить о смеховых интернет-жанрах, на данный момент можно выделить шесть отдельных устойчивых форм, довольно разных по форме, но одинаково нацеленных на всплеск и смеховых эмоций, а также способных к конвергенции. Старейшим и наиболее важным жанром является мем, поэтому под мемом в быту и даже академической среде часто понимают те тексты, которые мы определяем как пикчи и комические скриншоты. Все представленные жанры обладают способностью распространяться с вирусной скоростью в сети, и их отличает подвижность границ.



Илл. 5.

ЛИТЕРАТУРА

1. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации / А. Г. Качкаева // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика — 2010. — № 6. — С. 42–51.
2. Лашук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации / О. Р. Лашук // Вестник МГУ. Серия 10 «Журнали-

Московский государственный университет имени
М. В. Ломоносова
Лопухов С. В., аспирант кафедры стилистики русского
языка
E-mail: semlop@mail.ru

стика». — 2010. — № 6 — С. 36–41.

3. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. — М., 2010.
4. Николаева А. В. Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики / А. В. Николаева // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». — 2010. — № 6. — С. 30–35.
5. Клушина Н. И. Введение в интернет-стилистику / Н. И. Клушина, А. В. Николаева. — М., 2020.
6. Smirnova O. V., Denissova G. V., Svitich L. G., Lin C., Steblovskaja S. B., Antipova A. S. (2020). Psychological and Ethnocultural Sensitivities in the Perception of COVID-19 Memes by Young People in Russia and China. *Psychology in Russia: State of the Art*, 13(4), 148–167.
7. Вешнякова А. В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов / А. В. Вешнякова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 6. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnyy-aspekt-internet-memov> (дата обращения: 16.05.2023)
8. Dawkins, R. *The selfish gene*. Oxford University Press. 1976.
9. Александрова И. Б. Сайт сатирических новостей «Панорама»: ирония как интенция и как лингвистическое средство выражения комического / И. Б. Александрова, В. В. Славкин // Медиалингвистика. — М., 2021. — С. 69–73.

Lomonosov Moscow State University
Lopukhov S. V., Postgraduate Student of Stylistics of the
Russian Language Department.
E-mail: semlop@mail.ru

В ПОИСКАХ МАГИЧЕСКОГО ТЕАТРАЛЬНОГО КРИСТАЛЛА: «ЛЮБОВЬ К ТРЕМ АПЕЛЬСИНАМ. ЖУРНАЛ ДОКТОРА ДАПЕРТУТТО» (1914–1916)

Н. Д. Мельник

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Поступила в редакцию 17 июля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается редакционно-издательская деятельность Вс. Э. Мейерхольда, возглавлявшего в 1914–1916 гг. издание «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто», а также его сотрудников. На основе переписки редактора и воспоминаний его соратников, архивных материалов, контента журнала исследуется выполнение важнейших задач: борьбы посредством публицистики за Театр как важное общественно-политическое и культурное явление, изучения театральных систем прошлого и пропаганды театрального традиционализма.

Ключевые слова: Вс. Э. Мейерхольд, издание «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто», соединение мастерской и кафедры, комедия дель арте, лабораторный характер издания.

Abstract: the article examines the editorial and publishing activities of Vs. E. Meyerhold, who headed in 1914–1916 the periodical edition «Love for Three Oranges. The Journal of Doctor Dapertutto», as well as his staff. Based on the correspondence of the editor and the memoirs of his associates, archival materials, and the content of the journal, the fulfillment of the most important tasks is investigated: the struggle through journalism for the Theater as an important socio-political and cultural phenomenon, the study of theatrical systems of the past and the promotion of theatrical traditionalism.

Keywords: Vs. E. Meyerhold, the periodical edition «Love for Three Oranges. The Journal of Doctor Dapertutto», the connection of the workshop and the department, commedia dell'arte, the laboratory nature of the publication.

Среди многочисленной и разнообразной по своему составу театральной периодики Серебряного века уникальное место занимает первенец режиссерского театра в России — издание «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто» (1914–1916), посвященное театру, искусству, поэзии и литературе и ставшее печатным органом Студии Всеволода Эмильевича Мейерхольда (1874–1940), вошедшего в историю русского искусства, прежде всего, как выдающийся театральный режиссер, актер и педагог, а также автор программы «Театральный Октябрь» и создатель актёрской системы, получившей название «биомеханика».

Мысль о создании собственного журнала, отражавшего искания Студии, возникла в середине зимы 1913 г. Об этом оставила воспоминания актриса, театральный режиссер и педагог В. П. Веригина (1882–1974): «Однажды... мы шли из студии и очутились в Кавказском погребке. Мейерхольд с Соловьевым затащили туда на шашлык Любовь Дмитриевну, Кузьмина-Караваева, Николая Павловича и меня¹... Говорили о студии, о ее будущем,

и Николай Павлович подал мысль издавать журнал, который отражал бы искания студии». Автор этой идеи предложил собрать деньги, набралось сто рублей. С этой скромной суммы и началось издание журнала. «Сотрудники писали даром, обложка делалась даром. Редакция помещалась в квартире Мейерхольда², подписываться на журнал заставляли, прежде всего, родственников. Журнал выходил в небольшом количестве экземпляров, в продажу поступало немного». Веригина вспоминала, что, когда речь зашла о названии журнала, «сразу решили, что это будет “Журнал Доктора Дапертутто” [псевдоним Мейерхольда, взятый им по имени персонажа повести Э. Т. А. Гофмана «История о потерянном отражении». — Н. М], а на названии “Любовь к трем апельсинам” остановились окончательно через несколько дней» [1, 200–201].

Выбранное для журнала название свидетельствует о давней приверженности Вс. Э. Мейерхольда к творчеству итальянского писателя и драматурга графа Карло Гоцци (1720–1806). Созданием своей первой пьесы — «Любовь к трем апельсинам», он заложил основу нового жанра — *фьябы*, или трагикомической сказки для театра, в сюжете которой используются фольклорные элементы и характерные

¹ Любовь Дмитриевна — Л. Л. Блок. Николай Павлович Бычков — инженер, актер-любитель, муж Веригиной.

черты комедии дель арте³ в выборе персонажей-масок. Стремление редактора журнала следовать его заветам подтверждает и высказывание К. Л. Рудницкого о том, что внимание издания «было полностью сосредоточено на изучении опыта старинного сценического искусства — прежде всего опыта “комедии масок” и Гоцци» [2, 172].

Вскоре после переданного Мейерхольдом в Главное Управление по делам печати прошения об издании в Санкт-Петербурге задуманного им вместе с соратниками журнала он получил следующий документ:

«СВИДЕТЕЛЬСТВО № 4336.

Выдано от Санкт-Петербургского Градоначальника, на основании п. 17 прилож. к ст. 114 Уст. о ценз. и печ. (по продолж. 1906 г.) на выпуск в свет в г. С.-Петербурге журнала «ЛЮБОВЬ К ТРЕМ АПЕЛЬСИНАМ, ЖУРНАЛ ДОКТОРА ДАПЕРТУТТО» по следующей программе: 1 / статьи по теории и истории искусства 2 / статьи о современных течениях в искусстве 3 / современный театр 4 / хроника 5 / рецензии 6 / отзывы о книгах 7 / корреспонденции 8 / фельетоны, стихи, беллетристические и драматические произведения 9 / обзор печати 10 / от редакции 11 / справочный отдел 12 / письма в редакцию 13 / объявления

Срок выхода в свет от семи до десяти раз в год

Подписная цена на год три рубля

Издатель Всеволод Эмильевич МЕЙЕРХОЛЬД

Место жительства Театральная пл. д. № 2

Ответственный редактор: он же

Издание будет печататься в типографии Мансфельда / ул. Гоголя д. № 9/

Гербовый сбор уплачен.

С.-Петербург Января «21» дня 1914 года.

За Градоначальника Помощник его

Камергер Высочайшего Двора [Лысогорский]

Верно: За Старший / Инспектор/ типографий [Тихоновин]» [3].

В силу ряда объективных причин и, прежде всего, из-за начала Первой мировой войны, большинство из тех, кто стоял у истоков издания, вскоре его покинули. Реальную работу по созданию номеров осуществляли В. Н. Соловьев, К. А. Вогак, А. В. Рыков, С. С. Игнатов, В. Н. Княжнин и, конечно же, редактор журнала — Вс. Э. Мейерхольд. Оформлением обложек журнала занимались художники Ю. Бонди и А. Голо-

вин. Отсылкой к знаменитой сказке К. Гоцци стало изображение А. Головиным по всей обложке, под белым кружевным занавесом, россыпи ярких оранжевых апельсинов (в 1915 г. их число сократилось до трех, а рядом с ними появились изображения Арлекина, Коломбины и Пьеро).

Первый выпуск журнала, увидевший свет в январе 1914 г., открывало заявление редакции, сразу же акцентирующее внимание читателей на *театральной* направленности издания, но при этом опровергающее существование программы, установленной в СВИДЕТЕЛЬСТВЕ: «Появляясь перед публикой, мы ничего не скажем о своих целях и намерениях, не выставим никаких программ. Говорить мы будем о себе и о своем, иногда и о чужом, поскольку оно нам интересно» [4, 4].

Фактическое отсутствие программы, в принципе, обязательной для любого периодического издания, по сути, являлось *концепцией* журнала, кроме того, вносило определенную интригу, что, впрочем, вполне согласуется с принципами комедии дель арте, или комедии масок, представления которой создавались при помощи импровизации. В основе ее был лишь краткий сценарий, содержащий сюжетную схему. В представлениях принимали участие актеры, лица которых закрывали маски, символизирующие определенные персонажи. Название же журнала как раз и указывало на родство с комедией дель арте, ярким приверженцем которой был создатель фьяб — граф Карло Гоцци.

В выходных данных Редактор-Издатель Вс. Мейерхольд отмечал, что «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто» (о театре) выходит в С.-Петербурге с 1914 г., в количестве 7–10 книжек в год, не менее двух печатных листов каждая, формата in — 16°, без установленной периодичности. Указывалась также стоимость годовой подписки — 3 рубля.

Несмотря на публичное заявление об отсутствии программы, журнал включал ряд постоянных разделов: Стихи; Публикация сценариев; Теория; Исследования о комедии дель арте; Hoffmanniana / Гофманиана; Студия; Хроника. Кроме них в издании публиковались рецензии на спектакли современного театра и новые книги.

На первый взгляд может показаться удивительным, что практически все номера *театрального* журнала открывал поэтический отдел, как бы задающий тон всему содержанию. Объясняется это опорой Вс. Э. Мейерхольда буквально с первых шагов его театральной деятельности «на теоретические работы поэтов-символистов, посвященные театру (В. Я. Брюсова, Вяч. И. Иванова, А. А. Блока, Ф. Сологуба), как опережавшие реальную практику русской сцены и отражавшие кризис натуралистического мировоззрения в искусстве и общее устремление художников к постановке и решению глобальных проблем, вопросов мироздания» [5, 14].

³ Комедия дель арте (итал. commedia dell'arte), или комедия масок — вид итальянского народного (площадного и уличного) театра, спектакли которого создавались методом импровизации, на основе сценария, содержащего краткую сюжетную схему представления, с участием актёров, одетых в маски.

Театр просуществовал с середины XVI до конца XVIII века, оказав при этом значительное воздействие на дальнейшее развитие западноевропейского драматического театра.

С этими поэтами Мейерхольда связывали многолетние взаимоотношения. Еще в 1903 г., работая в Севастополе, он впервые организовал вечер новой поэзии, имевший большой успех у зрителей [6, 410]. И в дальнейшем, устраивая художественные вечера, режиссер неоднократно включал в программу произведения «новых» поэтов.

Особое значение редактор журнала придавал творчеству «истинного мага театральности», Александра Блока, умевшего «одним взмахом своей волшебной палочки создать атмосферу подлинной театральности» [7. С. 208–209]. «“Балаганчик” Александра Блока был не первой встречей Мейерхольда с материалом комедии дель арте. (В 1903 г. в провинциальном Херсоне он ставил малоизвестную мелодраму Франца фон Шентана “Акробаты”). Но именно этот спектакль оставил яркий след в театральной истории. Его премьера в театре Веры Комиссаржевской [в 1906 г. — Н. М.] вызвала бурную реакцию у публики» [8, 63]. По свидетельству очевидцев, «возгласы одобрения тонули в пронзительном свисте и гневных криках» [9, 72]. Сама атмосфера пьесы, да и «сценические картины блоковского “Балаганчика”, осуществленные Мейерхольдом и Сапуновым⁴..., стали, можно сказать, олицетворением характернейшего для тех месяцев и дней художественного порыва, соединяющего в себе чувство глубокого трагизма и мечту. Впрочем, “примитивы марионеток”... были столь же данью символизму, сколь и вызовом ему...» [10, 106].

Как сама пьеса А. Блока, так и постановка ее В. Э. Мейерхольдом в значительной степени определили пути дальнейших сценических исканий режиссера. Поэтому он и предложил поэту возглавить в новом журнале отдел поэзии. Уважение к автору «Балаганчика» выразилось также в том, что первый же номер издания открывался его стихотворением «Анне Ахматовой» и двумя посвящениями самому А. Блоку, подписанными А. Ахматовой и В. Пястом.

Помимо этого, в журнале была опубликована статья «Александр Блок. “Роза и Крест”», посвященная второй большой пьесе поэта, в которой отразились его впечатления от путешествия по Бретани летом 1911 г. Пьеса была закончена в январе 1913 г., и А. Блок мечтал о ее сценическом воплощении. Желая поддержать начинающего драматурга, автор статьи, К. А. Вогак, так отзывался об этой «прекрасной пьесе»: «Ценители поэзии Александра Блока найдут в ней, без сомнения, многое из того, что уже и раньше звучало в его стихах. Для нас важнее отметить, что глубокое и мудрое содержание драмы влило в законченную и уравновешенную сценическую форму... Вообще, пьеса дает много простора для работы и актеров, и режиссера. Остается пожелать, чтобы она на-

шла себе достойного музыкального истолкователя... и проложила себе быстрый путь на сцену» [11, 56–57].

Исследованию же театральных систем прошлого в значительной степени способствовала приверженность В. Э. Мейерхольда как режиссера, так и редактора творчеству графа Карла Гоцци. Об этом свидетельствует занимавшая важное место в журнале рубрика «Исследования о комедии дель арте». Среди наиболее значимых публикаций на данную тему следует отметить статью Владимира Соловьева «К истории сценической техники *commedia dell'arte*» (Из речи, читанной на открытии Студии В. Э. Мейерхольда) [12, 10–14] и дивертисмент «Любовь к трем апельсинам», в котором представлены двенадцать сцен, пролог, эпилог и три интермедии. Далее указаны сочинители: К. А. Вогак, В. Э. Мейерхольд и Вл. Н. Соловьев, создавшие данный дивертисмент «по сценарию графа Карло Гоцци: Рефлективный разбор сказки “Любовь к трем апельсинам”» [13, 18–47]. Этим дивертисментом редактор журнала заинтересовался при личной встрече молодого композитора С. С. Прокофьева (1891–1953), подарив ему номер с данной публикацией. В результате, после прочтения, тот создал ставшую знаменитой оперу «Любовь к трем апельсинам» (1921).

Стремление Мейерхольда-редактора изучать творчество графа Карла Гоцци способствовало также возникновению у него пристального интереса ко многим классическим литературным произведениям и их создателям. Так, специальная рубрика *Hoffmaniana* была посвящена в журнале немецкому писателю-романтику и сказочнику Эрнесту Теодору Вильгельму Гофману (1776–1822). Открывая ее, Влад. Княжнин назвал его «Несравненным Маэстро». Указывая на интерес ряда выдающихся русских и зарубежных писателей к творчеству Гофмана, публицист, словно обращаясь к самому автору «Крошки Цахеса», «Житейских воззрений кота Мурра» и других ставших классическими произведений, сетовал, что «с 1901 г. никто не занимался Тобой в самостоятельном исследовании». И тут же добавлял: «Мы в каждом выпуске журнала “Любовь к трем апельсинам” будем в том или ином виде напоминать о Тебе артистам, музыкантам и писателям» [14, 59].

Закономерно с самого начала существования журнала важное место в нем занял раздел «Студия», в котором давался отчет о занятиях в каждом классе: М. Ф. Гнесина, Вл. Н. Соловьева и В. Э. Мейерхольда. О неразрывной связи издания со Студией свидетельствовал сам редактор в письме к Б. Алперсу от 17 июня 1916 г.: «...журнал всегда при Студии, при мыслях о ней» [15, 182].

Начиная с первого номера, в конце журнала помещался раздел «Хроника», посвященный краткому описанию разнообразных событий культурной жизни. Характерно, что в нем постоянно прослежи-

⁴ Сапунов Николай Николаевич (1880–1912) — русский живописец и театральный художник, один из лучших сценографов в истории русского театра.

вається приверженность к излюбленной теме редактора. Так, в № 1 редакция информирует читателей: «Художница Л. Яковлева перевела на русский язык философскую сказку Гоцци “Зеленая птица”» [16, 64].

Уже первый номер журнала (как и последующие) свидетельствует о его *лабораторном* характере. Особенностью издания стало смешение жанров, выраженное в тесном взаимодействии научно-исследовательской работы, порой с привлечением архивных материалов, с публичной трибуной. Как отмечает Л. С. Овэс, лабораторный характер деятельности «мейерхольдовской группы сделал из ее участников не только практиков, но и историков, исследователей». Именно предмет их изучения — различные театральные системы прошлого — «формировал журнал, внешне выглядевший полемичным, направленным против натуралистического и литературного театра, архивно-изыскательным, культурно-историческим». Подобное соединение «злобы дня и вечного, субъективности творческих эмоций и объективности исследования — характернейшая черта издания» [17, 10].

На первый взгляд может показаться, что «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто» представляет собой тип внутри театрального издания, т.е. Студии, возглавляемой Вс. Э. Мейерхольдом, что нередко встречалось, как пишет И. Л. Мухранели, «в начале нашего [XX в. — Н. М.] века и в первое послереволюционное десятилетие» [18, 209]. Об этом свидетельствует, прежде всего, упомянутый раздел «Студия», в котором публиковалась не только хроника жизни этого театрального коллектива, планы на будущее, критика его недоброжелателей и пропаганда трудов друзей, но и расшифровка стенограммы занятий В. Н. Соловьева «К истории сценической техники “*commedia dell’arte*”».

Но это впечатление не совсем верно. При более внимательном рассмотрении контента номеров журнала становится ясно, что редактора и его соратников интересовал широкий круг вопросов, касающихся истории и теории театра: античная драматургия и испанский театр эпохи Возрождения, сценарии итальянской «*commedia dell’arte*» и французская пантомима, а также искусство русских скоморохов и история отечественного балагана.

Подобно сотрудникам первых модернистских журналов, они, наряду с выпуском очередного номера издания, привлекали внимание читателей различными культурными мероприятиями. Так, в помещении Тенишевского училища 30 марта 1914 г. редакцией был проведен очередной, третий с начала года, диспут, названный *Conference*. В. Н. Соловьев, К. А. Вогак, К. М. Миклашевский, Е. А. Зноско-Боровский, К. К. Кузьмин-Караваев, Вс. Э. Мейерхольд и В. П. Веригина выступили с докладами на темы: «Карло Гоцци, Аббат Кьяри и Карло Гольдони», «О театральных масках», «Об итальянском Возрождении

и театре», «Об импровизации», «Об эмоциях в театре гротеска», «О фантастическом театре будущего» [19, 578–590]. Своеобразным дополнением к этой акции стал семикратный апрельский показ здесь же, в Тенишевском училище, спектаклей «Незнакомка» и «Балаганчик» А. Блока.

В апреле 1914 г., после выхода в свет третьего номера журнала, Вс. Э. Мейерхольд, надеясь получить выручку за проданные экземпляры, планировал с помощью сотрудников приобрести книгу французского писателя и критика Гийома Аполлинера (1880–1918), посвященную комедии дель арте и опубликовать рецензию на нее в августовском номере журнала. Об этом он сообщил в письме В. Соловьеву [20, 163]. Летом обратился с просьбой «порыться в книгохранилищах» к Г. К. Лукомскому, находившемуся в то время во Флоренции, с целью поискать материал по архитектонологии и сценографии театра, по возможности сделать снимки [20, 169].

Но всем этим и многим другим планам, связанным преимущественно с архивными и библиографическими изысканиями в области изучения *commedia dell’arte*, не суждено было воплотиться в жизнь. Этому помешала начавшаяся Первая мировая война (1914–1918). Так закончилась первая из двух стадий развития журнала.

Возможность его дальнейшего существования волновала, естественно, всех сотрудников. Уже первого сентября 1914 г. Вс. Э. Мейерхольд получил письмо от М. Ф. Гнесина: «Что думаете Вы о Студии и о журнале? Я полагаю, откладывается то и другое, особенно журнал. Теперь в ходу другие фрукты — гранаты, с которыми наши апельсины не гармонируют» [20, 170]. В это время осложнились отношения в редакции, ее покинул художник Ю. М. Бонди и некоторые другие сотрудники. Это стало причиной задержки с ответом редактора адресату. Он был написан только 14 декабря: «...Я бежал от пессимистов... А мы вот на будущей неделе журнал наш (книгу 4–5) выпускаем. Война — войной, а искусство — искусством» [20, 172].

Однако война вносила свои коррективы, в том числе, и в издательскую деятельность, значительно затрудняя ее. Пятый номер журнала, который Вс. Э. Мейерхольд планировал посвятить столетнему юбилею М. Ю. Лермонтова (1814–1841) и выпустить в октябре 1914 г., вышел сдвоенным с четвертым номером, причем с опозданием, в декабре. К тому же, содержание его тоже было изменено, в связи с чем редколлегия обратилась с извинениями к читателям: «Прежде всего, редакция журнала считает своим долгом принести извинение гг. подписчикам в том, что очередная книжка журнала (книга 4–5) выходит с таким значительным запозданием. Это запоздание находится в связи с обстоятельствами военного времени (призыв ряда сотрудников на действительную службу и т.д.). В виду

того, что празднование юбилея М. Ю. Лермонтова и постановка "Маскарада" отложены до окончания военных действий, № журнала, посвященный М. Ю. Лермонтову, пока выпущен не будет. Книга 6–7, последняя для подписчиков 1914 г., выйдет в январе 1915 г.» [21, 3].

К тому же, война вносила коррективы и в местопребывание редакции: в № 4–5 указаны сразу три ее новых адреса — в Петрограде и Москве, где редакцию представлял старый знакомый Вс. Э. Мейерхольда — С. С. Игнатов. Следуя опыту издания седьмого № 4–5, редактор принял решение в условиях военного времени и в дальнейшем выпускать два номера под одной обложкой, что, несомненно, способствовало экономии средств. Так, в феврале 1915 г. под одной обложкой вышел № 6–7, а в июне — строченный № 1–2–3. В первом из упомянутых выпусков Вс. Э. Мейерхольд выступил соавтором пьесы «Огонь» (совместно с Ю. Бонди и Вл. Соловьевым), состоявшей из 8 картин и Апофеоза, которая 5 декабря 1914 г. была дозволена к постановке на сценах Императорских театров Петроградским отделением Театрально-Литературного Комитета при Императорских театрах [22, 19]. В № 1–2–3 за 1915 г. были опубликованы две статьи редактора журнала: «Сверчок на печи или у замочной скважины» (подписана псевдонимом — Доктор Дапертутто) и «Бенуа-режиссер», посвященная пушкинскому спектаклю А. Н. Бенуа в МХТ [23, 89–94; 24, 95–126].

4 сентября 1915 г. последовал очередной переезд, о чем свидетельствует запись, сделанная в Дневнике редакции журнала и Студии: «Скудное имущество редакции перевезли на двух извозчиках Вс. Эм. Мейерхольд и Г. Г. Фейгин [секретарь редакции. — Н.М.], причем они ехали втиснутые между полок книжной этажерки, так что для постороннего наблюдателя были зримы только две пары задранных и беспомощно болтавшихся от тряски по мостовой ног... прибыв на Казанскую площадь, они были не без труда извлечены дворниками из своих тесных помещений и уступили последние их законным обитателям — книгам. Водворение состоялось» [25, 1].

По мнению А. В. Рыкова, в новом помещении, находившемся в доме за Казанским собором, работа редакции активизировалась: «Удобство его заключалось в полной изолированности от жилого помещения хозяина и в отдельном входе... В редакции на площади Казанского собора мы провели много вечеров, работая в маленькой комнатке с небольшим угловым диваном, полкой с книгами, двумя столиками и шелестящими театральными афишами на стенах...» [26, 313–314].

Однако, несмотря на вполне приемлемые для военного времени условия работы редакционно-го коллектива, назревал конфликт в Студии. В значительной степени он был связан с приглашением Вс. Э. Мейерхольда к сотрудничеству с художественно-

артистическим кафе «Привал комедиантов»⁵. Режиссер, безусловно, нуждался в сценической площадке, но ситуация осложнилась тем, что в поставленном им спектакле «Шарф Коломбины» (на сюжет рассказа А. Шницлера) оказались задействованы не только студийцы, но и профессиональные актеры. Это послужило толчком к расколу в Студии.

Усугубило ситуацию и то, что под угрозой срыва из-за войны и занятости некоторых студийцев в «Шарфе Коломбины», оказались работы В. Н. Соловьева. О неразрешимости конфликта свидетельствует его письмо одному из них, А. Л. Грипичу, от 29 марта 1916 г.:

«Милостивый Государь Алексей Львович,

Ввиду предложения В. Э. Мейерхольда (сегодня по телефону) вступить с ним в дальнейшие переговоры и отвода предложенного мною представителя в лице М. Л. Лозинского, довожу до Вашего сведения, что за неимением других лиц, я вторично просил А. В. Рыкова согласиться взять на себя труд выработки модусов. При этом я считаю необходимым довести до Вашего сведения и просить Вас подтвердить В. Э. Мейерхольду, что как согласие А. В. Рыкова быть моим представителем, так и всякие переговоры мои с Мейерхольдом могут иметь место исключительно после предварительного объяснения В. Э. Мейерхольда с А. В. Рыковым, на котором я настаивал вчера во время Вашего отсутствия.

Примите уверение в совершенном почтении. Вл. Соловьев» [27, 1–2].

Конфликт так и не был разрешен, в результате чего В. Н. Соловьев, К. А. Вогак и А. В. Рыков покинули Студию.

Как уже было сказано выше, Студия и редакция журнала были единым организмом. Поэтому для издания наступили тяжелые времена. Правда, стремясь преодолеть возникшие трудности, автор журнала и будущий издатель Я. Н. Блох (1892–1968), готовивший к печати «летний номер» за 1916 г., пригласил в это время к сотрудничеству молодых талантливых филологов — двоюродных братьев Виктора и Мирона Жирмунских и Константина Мочульского. Они активно включились в работу. Уже в № 1 за 1916 г. была опубликована статья М. Жирмунского «"Стойкий принц" П. Кальдерона на сцене Александринского театра» и В. Жирмунского — «Комедия чистой радости ("Кот в сапогах" Людвиг Тика, 1797 г.)». В № 2–3 за 1916 г. помещены уже две статьи В. Жирмунского: «Карло Гоцци — политик или художник?» и «"Стойкий принц" Кальдерона на сцене Александринского театра», в последней из которых получила даль-

⁵ «Привал комедиантов» («Звездочет») — литературно-артистическое кабаре, существовавшее в Петрограде с 1916 по 1919 гг. Организатор — Борис Пронин, театральный деятель, режиссер, актер, участник ряда театральных начинаний Вс. Э. Мейерхольда.

нейшее развитие тема, поднятая ранее его братом. В этом же номере журнала была опубликована статья К. Мочульского «Техника комического у Гоцци».

Однако один лишь качественный контент и энтузиазм сотрудников не могли спасти журнал. Дальнейшему существованию издания необходим был меценат. Но, несмотря на неоднократные попытки Вс. Э. Мейерхольда найти необходимое финансирование, решить этот вопрос так и не удалось. Те же небольшие средства, которые поступали от продажи номеров журнала, уходили на типографские расходы, сильно подорожавшие во время войны. В конце концов, этого стало не хватать на продолжение редакционно-издательской деятельности, и журнал прекратил существование.

Исследование редакционно-издательской деятельности Вс. Э. Мейерхольда и его соратников, выпускавших в течение трех лет журнал «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто», непосредственно связанный со Студией, позволяет сделать следующие выводы: *во-первых*, на страницах отечественного театрального издания впервые разрабатывались вопросы теории театра, основанной на глубоком исследовании его традиций и одновременно соответствующей современному художественному процессу, что способствовало формированию и дальнейшему развитию новой науки — искусствоведения; *во-вторых*, информация о «новейших течениях» Мейерхольда-режиссера, применявшихся на практических занятиях учащимися и педагогами Студии, в совокупности с теоретическими статьями способствовала успешному использованию журнала в качестве публичной трибуны для широкой просветительской деятельности; *в-третьих*, лабораторный характер журнала, отражавший поиски редактора магического театрального кристалла, привлекал внимание читателей не только публикацией разнообразных статей, но и рядом культурных мероприятий, позволял широкому кругу любителей театрального искусства вести живой диалог с создателями издания, получать ответы на волновавшие их вопросы «из первых уст».

Таким образом, в течение трех лет сотрудники журнала под руководством Вс. Э. Мейерхольда успешно реализовали в шестнадцати номерах главные задачи: борьбу посредством *просветительской* публицистики за Театр как важное общественно-политическое и культурное явление, изучение театральных систем прошлого и пропаганду театрального традиционализма как основы будущего развития искусства Мельпомены⁶. Поэтому не будет преувеличением отметить, что театральное издание «Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто», успешно распространяя художественные знания,

⁶ Мельпомена — в древнегреческой мифологии муза трагедии. Одна из девяти дочерей Зевса и Мнемосины.

оставило значимый след в истории русского искусства и периодической печати начала XX века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Веригина В. П. Воспоминания / В. П. Веригина. — Л., 1974.
2. Рудницкий К. Л. Режиссер Мейерхольд / К. Л. Рудницкий. — М., 1969.
3. РГИА. Ф. 777. Оп. 20. Ед. хр. 141–1914.
4. Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 1.
5. Галанина Ю. Е. Поэтический отдел в журнале Доктора Дапертутто «Любовь к трем апельсинам» / Научно-исследовательский проект по творческому наследию Вс. Э. Мейерхольда «Любовь к трем апельсинам», 1914–1916: В 2-х т. Т. 2. / Ю. Е. Галанина. — СПб., 2014.
6. Мейерхольд в русской театральной критике, 1892–1918. — М., 1997.
7. Мейерхольд В. Э. Балаган / В. Э. Мейерхольд // Статьи, письма, речи, беседы: В 2-х ч. Ч. 1. 1891–1917. — М., 1968.
8. Гарафола Л. Русский балет Дягилева / Л. Гарафола. — М., 2021.
9. Braun E. The Theatre of Meyerhold: Revolution on the Modern Stage. New York: Drama Book Specialists, 1979.
10. Стернин Г. Ю. Художественная жизнь России 1900–1910-х годов / Г. Ю. Стернин. — М., 1988.
11. Вогак К. А. Александр Блок. «Роза и Крест» / К. А. Вогак // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 1. — С. 52–57.
12. Соловьев Владимир. К истории сценической техники *commedia dell'arte* (Из речи, читанной на открытии Студии Вс. Э. Мейерхольда) / Владимир Соловьев // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 1. — С. 10–14.
13. Любовь к трем апельсинам. Дивертисмент. Двенадцать сцен, пролог, эпилог и три интермедии. Сочинили: К. А. Вогак, Вс. Э. Мейерхольд и Вл. Н. Соловьев; по сценарию графа Карло Гоцци: «Рефлексивный разбор сказки “Любовь к трем апельсинам”» // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 1. — С. 18–47.
14. Княжнин В. HOFFMANIANA / Влад. Княжнин // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 1. — С. 58–59.
15. Мейерхольд В. Э. Переписка, 1896–1939 / В. Э. Мейерхольд. — М., 1976.
16. Хроника // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 1. — С. 63–65.
17. Овэс Л. С. «Любовь к трем апельсинам» — журнал Вс. Мейерхольда / Научно-исследовательский проект по творческому наследию Вс. Э. Мейерхольда «Любовь к трем апельсинам», 1914–1916: В 2-х т. Т. 1. / Л. С. Овэс. — СПб., 2014.
18. Мухранели И. Л. Театральный журнал «Любовь к трем апельсинам» / Из истории русской журналистики конца XIX — начала XX века: (Статьи, материалы, библиография) / И. Л. Мухранели. — М., 1973.
19. Литературное наследство. Т. 92: Александр Блок:

Новые материалы и исследования. Кн. 3. — М., 1982.

20. Мейерхольд В. Э. Переписка, 1896–1939 / В. Э. Мейерхольд. — М., 1976.

21. От редакции // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 4–5.

22. Сноска // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1914. — № 6–7.

23. Доктор Дапертутто. Сверчок на печи или у замочной скважины // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1915. — № 1–2–3.

24. Мейерхольд В. Бенуа-режиссер / В. Э. Мейерхольд // Любовь к трем апельсинам. Журнал Доктора Дапертутто. — 1915. — № 1–2–3. — С. 95–126.

25. Дневник редакции журнала «Любовь к трем апельсинам» и Студии В. Э. Мейерхольда. 4 сентября — 1 ноября 1915 г. // РГАЛИ. Ф. 998. Оп. 1. Ед. хр. 2959. — Л. 1.

26. Рыков А. В. Мои встречи с Мейерхольдом / Художник и зрелище / А. В. Рыков. — М., 1990.

27. Письмо В. Н. Соловьева А. Л. Грипичу от 29 марта 1916 г. / РГАЛИ. Ф. 998. Оп. 1. Ед. хр. 3462. — Л. 1–2.

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Мельник Н. Д., кандидат филологических наук, доцент кафедры искусствознания

E-mail: melnik.natalija2017@yandex.ru

*Saint Petersburg State Institute of Film and Television
Melnik N. D., Candidate of Philology Associate Professor of the Art History Department*

E-mail: melnik.natalija2017@yandex.ru

ТИПОЛОГИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ «НИШЕВЫХ» КАНАЛОВ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

А. Е. Миндалин

Академия медиаиндустрии

Поступила в редакцию 20 июня 2023 г.

Аннотация: в статье рассматриваются процессы становления и развития «нишевых» каналов медиакоммуникации. Предпринимается попытка сформулировать основные понятия и термины. Предлагается авторская типология «нишевых» медиаканалов.

Ключевые слова: типология, модели коммуникации, «нишевые» каналы медиакоммуникации, цифровые трансформации медиа.

Abstract: the article deals with the processes of formation and development of “niche” channels of media communication. An attempt is made to formulate the basic concepts and terms. The author’s typology of “niche” media channels is proposed.

Keywords: typology, media communication models, “niche” media communication channels, digital transformations of media.

Принято считать, что изменения типологии отечественных СМИ берут свое начало с середины 1990 гг., когда смена политического курса страны обернулось «социальной травмой» населения, трансформацией социальной структуры общества, и как следствие, переменами в сфере медиазапросов россиян. Так, прежняя модель советского общества как «читающей нации» благодаря электронным коммуникациям, в частности, телевидению стала обозначаться «аудио-видео-коммуникативной» или «слушающей и смотрящей» нацией. Немалую лепту в трансформацию типологии медиакоммуникации внесло развитие рекламы. Под воздействием рекламодателей, искавших пути и способы влияния на массовую аудиторию и отдельные коммуникативные сообщества, различные каналы медиакоммуникации были вынуждены осваивать новые способы подачи информации, жанровой и тематической направленности контента.

Одновременно со стремительным ростом теле-радиоканалов, онлайн-медиа наблюдается такое явление как фрагментация аудитории. С начала 2000 гг. в отечественной медиаиндустрии возобладала тенденция к устойчивому росту и развитию неэфирного платного телевидения. В отраслевом докладе о состоянии российского телевидения в 2011 г. отмечается, что «лидеры российского телевизионного рынка — «Первый канал», «Россия 1» и НТВ — удерживают почти половину аудитории. Основной массовый рынок образуют три крупнейших общенациональных сети (СТС, ТНТ, РЕН), на которые суммарно приходится 20% объема телепотребления. А «длинный хвост» за ними образуют 12 «нишевых» телеканалов (около

20% телепотребления), более 200 неэфирных тематических (80%), а также многочисленные местные телеканалы (3%)» [1, 57].

Следует заметить, что приведенные здесь данные об аудитории местного телевидения и тематических, «нишевых» каналов претерпели существенные изменения в связи с переходом на цифровые форматы, когда стали измерять аудиторию в городах с населением менее ста тысяч человек, а также учитывать так называемые «дачные» просмотры. С учетом данной коррекции можно предположить, что аудитория местного телевидения и других «нишевых» каналов превышает численность телезрителей федеральных, всеобщих каналов телевидения.

Отмеченные особенности изменений в общественно-политической жизни, в государственном устройстве, а также поиски коммерческого взаимодействия медиаканалов с аудиторией и рекламодателями оказали существенное влияние на формирование принципиально новых коммуникативных стратегий, на создание небывалых ранее телерадиоформатов, и в конечном счете, привели к становлению и развитию новой типологии информационно-коммуникативной медиасистемы страны, в которой «нишевым» каналам медиакоммуникации отводится заметное место.

Основные исследовательские подходы к выявлению типологии каналов медиакоммуникации: определения, понятия и термины. Принято считать, что типологический анализ как фундаментальное направление исследований в сфере информационно-коммуникативных медиасистем проводится в нашей стране с 1970-х гг. В статьях, монографиях, диссертациях предприняты попытки дать определения понятий типологии, выявлены типформи-

рующие (типобразующие) признаки и критерии, построены непротиворечивые типологии программ телевидения и периодической печати. В качестве промежуточного итога рассматриваемого этапа типологических подходов предложены и разработаны три метода типологического исследования: историко-типологический, теоретико-типологический и социо-типологический [2, 311–317; 3].

Уже на начальном периоде становления типологического направления исследования медиакоммуникации отмечены первые попытки дать теоретическую трактовку основных понятий. Так, например, согласно определению А. И. Аكوпова, «типформирующие (типобразующие) признаки — это основной вид типологических признаков, непосредственно влияющих на возникновение, развитие и трансформацию типа издания» [2, 108]. На первых этапах типологический подход применялся для изучения периодических изданий. Позднее типологическое направление распространилось на исследования телевизионных, радио и интернет — коммуникаций. Например, в конце 70-х годов типологический метод анализа применялся в работах Е. Я. Дугина, которому впервые удалось с помощью методов факторного и корреляционного анализа обосновать типы местного телевидения, выявить совокупность факторов и условий, влияющих на формирование телевизионных программ местных телестудий [4–5]. Для исследования радиовещания метод типологического анализа использовался в работах В. А. Колодкина, А. А. Добчинского, С. В. Беляева, В. И. Коробицына, Е. Раскатовой и др. [6–9].

Одним из основополагающих понятий для решения задач типологического анализа выступает медиаканал. Так, в частности, под телевизионным каналом понимается «поток аудиовизуального контента, подобранного в соответствии с определенной концепцией и доставляемого потребителю с помощью определенных средств. Под телеканалом понимается также предприятие, компания, которая производит этот канал и осуществляет его вещание (телевизионная компания). Телеканалы, понимаемые как производящие их телекомпании, — основные субъекты телевизионной индустрии» [10, 55].

Так, например, центральными субъектами телевизионного рынка являются общенациональные эфирные телеканалы. К концу первого десятилетия двухтысячных годов в данном сегменте функционировало два десятка телеканалов, претендующих на статус общенациональных, несмотря на то, что их технологические возможности варьируются характеризуются довольно широким разбросом — от 99% до 36% охвата аудитории [10, 56].

В медиаиндустрии сложилась следующая типология телеканалов в основании которой положен критерий охвата аудитории: федеральные; основные сетевые каналы; остальные эфирные каналы

(ТВЦ, «Культура», «Домашний», «Спорт», МУЗ ТВ, ТВ 3, «Пятый канал», «Звезда» и др.), которые относятся к группе «нишевых», потому что в большинстве из них превалирует специализированный контент и/или четко выраженная адресная направленность на определенный тип аудитории [10, 56].

Согласно определению, принятому экспертами Европейской системы классификации телерадиопрограмм Европейского Вещательного союза, «нишевые» станции рассчитаны на «узкую аудиторию, объединенную по социально-демографическому, возрастному или вкусовому принципу. Это может быть, например, уровень дохода или любовь к определенному стилю музыки» [11, 119].

Исходя из данного определения, «нишевые» каналы теснейшим образом связаны с такими составляющими медиакоммуникации как целевая аудитория и её охват, формат телерадиовещания, ценностные ориентации, вкусовые и культурные предпочтения читателей, телезрителей, радиослушателей и пользователей интернета, социальных сетей и др. Например, знание характеристик целевой аудитории позволяет выстроить коммуникативную стратегию канала, создавать контент, четко ориентированный на определенную социальную группу, коммуникативное сообщество, что в итоге оборачивается существенным преимуществом «нишевого» медиаканала в условиях острой конкурентной борьбы за внимание аудитории.

В условиях коммерциализации оказывается, что типология медиа зачастую лишена объективности, потому что представляет собой результат договоренности между субъектами рынка, в частности между рекламодателем и владельцем (издателем) медиаканала. Так, например, «разница между процентным соотношением музыки и информации в музыкально-информационных и информационно-музыкальных радиостанциях зачастую незначительна. И разница заключается в представлении учредителей радиостанции о целях и задачах своего проекта. Позиционирование на радиовещательном рынке и специфика конкурентной борьбы — существенный фактор влияния на отечественную типологию радиостанций» [11, 117].

Подобные субъективные факторы, ввиду их латентного и конвенционального характера, нередко создают барьеры на пути научного анализа функционирования медиасистемы и привносят путаницу в разработку теории и практики типологии медиакоммуникаций.

Типологический анализ «нишевых» каналов медиакоммуникации. Специфика «нишевых» каналов медиакоммуникации заключается в их направленности на определенную социальную группу или коммуникативное сообщество, что в конечном счете предопределяет всю совокупность их типформирующих (типобразующих) признаков и критериев. По-

строение типологии «нишевых» каналов медиакоммуникации принято выстраивать по совокупности определенных оснований, в первую очередь в соответствии с их целевой направленностью.

Исходя из положения о том, что «цель радиостанции — это определяющий, коренной признак, с которого выстраивается вся концепция ее вещания, формируется ее структура, определяются внутренние и внешние взаимосвязи. Четко обозначенные цели играют определяющую роль при формировании формы и содержания вещания радиостанции» [9, 37]. При классификации на основании признака «цель канала» речь идет о превалировании целевой установки в содержании и соотношениях объемов вещания. В соответствии с рассматриваемым признаком типология радиостанций выглядит следующим образом: радиостанции, ставящие перед собой преимущественно общественно-политические цели; радиостанции с преимущественно коммерческими целями; радиостанции с преобладанием просветительских целей; радиостанции с преимущественно информационными целями; радиостанции с доминированием развлекательных целей.

Разумеется, в практике вещания рафинированных целей не бывает. Многие определяет собственник или издатель канала, который, выдвигая задачу получения прибыли, насыщает канал развлекательным контентом. В таком случае, к какому типу отнести данный медиаканал? Для преодоления рассматриваемого противоречия эксперты вводят в типологию медиа подтипы в зависимости от масштаба целей, а направленность канала определяют исходя из стратегических целей и тактических задач [9, 37]. Стратегическая цель предопределяется концепций вещания, а тактические задачи детерминируют способы реализации коммуникативных стратегий медиаканала. В таких случаях типология медиаканалов допускает смешение и многосоставность медиаканалов, например: информационно-культурно-развлекательные, информационно-познавательные, музыкально-разговорные и т.п.

Совершенно очевидно, что целевая предназначенность канала проявляет себя в качестве доминирующей характеристики, но далеко не исчерпывающей. В типологии медиа, служащей практическим целям, принято классифицировать каналы на основании их тематико-жанровой направленности, потому что именно эти характеристики определяют контентную наполненность телерадиопрограмм, издания, медиаплатформу или формат вещания. Тематико-жанровая направленность «нишевых» каналов, как правило, предполагает следующую дифференциацию: информационные, познавательные (подразделяются на подтипы — природа, наука и техника, хобби, путешествия и т.п.); музыкальные; спортивные; автомобильные; о моде и стиле жизни; детские; этнические и др.

Кроме того, «нишевые» медиаканалы можно дифференцировать на основании *критерия масштаба, локации* (региональные; местные; ориентированные на зарубежную аудиторию); *корпоративные и отраслевые каналы медиакоммуникации* (транспорт, связь, промышленно-производственные компании и т.п.); *коммуникативные каналы медиасообществ* (обеспечивающие контентное наполнение и распространение (как правило в социальных сетях) самим членами коммуникативного сообщества, блогерами и влогерами). На практике этот тип «нишевого» канала по охвату целевой аудитории может превышать «всеобщий» телерадиоканал, ориентированный «для всех».

Критерий языка: местные этнические медиаканалы, ориентированные на компактно проживающую общность, говорящую на языках коренной национальности; этнические (информационно-коммуникативные каналы, предназначенные для удовлетворения интересов, информационно-культурных потребностей диаспоры). Разумеется, классификация признаков типиформирования «нишевых» медиаканалов указанными критериями не ограничивается.

Трансформации уровня и качества потребления медиапродукции оказывают существенное влияние на формирование коммуникативных стратегий медиасистемы, сказываются на переменах в типиформировании информационно-коммуникативных каналов и, согласно прогнозам, приведут в дальнейшем к высокой степени персонализации (кастомизации) потребления контента. Уже в настоящее время онлайн-технологии позволяют не только составлять довольно полное представление о вкусах, потребностях, ценностных ориентациях целевой аудитории, но что особенно важно — формировать персонализированный профиль пользователя. Как следствие — аудитория получает именно тот контент и такие конкретные предложения, которые соответствуют их интересам и удовлетворяют самым разнообразным запросам потребителей. По мере совершенствования информационно-цифровых технологий будет нарастать тенденция к дальнейшему формированию индивидуализированных каналов получения информации. Таким образом, «очевиден грядущий расцвет «нишевых» продуктов (выделено мной — А.М.), создающихся с учетом небольших аудиторных групп. Здесь немаловажное значение будет иметь уменьшение роли каналов традиционной массовой доставки контента. Охват ограниченной по размеру аудитории может достигаться самыми разными способами. Персонализация будет основным трендом. Не так важна среда распространения, как контент» [12, 54].

В настоящее время «нишевые» медиаканалы все в большей мере приобретают функции площадок для распространения медиапроизведений, создаваемых представителями коммуникативных сообществ,

блогерами, влогерами, пользователями социальных сетей. Оборудование для производства авторского контента становится все более доступным. Например, в современных смарт-телефонах установлена оптика с высокой разрешающей способностью, по качеству не уступающая профессиональной, что позволяет обычному пользователю создавать видео, вполне пригодное для показа по телевидению. На базе «нишевых» каналов коммуникации возникает сегмент UGC-контента (*UserGeneratedContent*)¹, который по значимости и содержательной наполненности может быть отнесен к премиум-контенту.

По мере совершенствования информационно-коммуникативных технологических инноваций и нарастания тенденции к персонализации медиапотребления можно прогнозировать дальнейшее развитие «нишевых» каналов медиа. Несомненный импульс может получить распространение интерактивных форм взаимодействия с аудиторией и активизация пользовательского контента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. — М., 2011. — Режим доступа: <http://farms.ru> (дата обращения: 20.06.23).

2. Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет)/

¹ UGC-контент (*UserGeneratedContent*) — пользовательский контент. любые публикации аудитории того или иного сообщества, бренда, компании и т.д. К этому виду контента можно отнести любую активность интернет-пользователей: комментарии, отзывы, фото с продуктом, видео, сторис и т.п.

Академия медиаиндустрии
Миндалин А. Е., аспирант кафедры телевидения и радиовещания
E-mail: AMindalin@gmail.com

А. И. Акопов. — Ростов-на-Дону, 2002. — С. 311–317;

3. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий / А. И. Акопов. — Иркутск, 1985.

4. Дугин Е. Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ / Е. Я. Дугин. — М., 1982.

5. Гарматин А. А. Теоретические основы и принципы организации телевизионного Интернет-вещания. Дисс... на соиск. уч. степ. канд. филол. наук / А. А. Гарматин. — Воронеж, 2005.

6. Колодкин В. А. Радиовещание в Интернете: принципы функционирования, типология и структура сайтов. Дисс... на соиск.уч.степ.канд.филол. наук / В. А. Колодкин. — Воронеж, 2005.

7. Добчинский А. А. Городское радиовещание: ретроспектива, современное состояние, проблемы журналистского творчества. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук / В. А. Колодкин. — М., 1996.

8. Беляев С. В. Радиостанции России: Государственное и независимое вещание / С. В. Беляев, В. И. Коробичин. — М., 1995.

9. Раскатова Е. Типологические подходы к исследованию радиовещания / Е. Раскатова // Релга.ру. Научно-культурологический журнал. — 2005. — № 18 [120]. — Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=664> (дата обращения: 20.06.23).

10. Российское телевидение: индустрия и бизнес. — М., 2010.

11. Единый глоссарий основных понятий и терминов, используемых в работе радиостанций в условиях перехода на цифровой формат вещания. — М., 2013.

12. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. — М., 2017.

Academy of Media Industry
Mindalin A. E., Postgraduate Student of Department of Television and Radio Broadcasting
E-mail: AMindalin@gmail.com

ГОРОДСКИЕ И РАЙОННЫЕ ПАБЛИКИ «ВКОНТАКТЕ» КАК НОВЫЕ МЕДИА

П. А. Мордвинова

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет

Поступила в редакцию 1 июля 2023 г.

Аннотация: в статье проведен анализ городских и районных пабликов города Омска: описаны количественные аудиторные характеристики, выделены наиболее актуальные темы омских пабликов, а также обозначена интенциональная направленность постов. Установлено не только, какие темы циркулируют в пабликах, но и с какой целью их поднимают.

Ключевые слова: новые медиа, социальные сети, паблики, городские паблики, паблики «ВКонтакте».

Abstract: the article analyzes the city and district communities of Omsk: quantitative audience characteristics are described, the most relevant topics of Omsk communities are highlighted, and the intentional orientation of posts is indicated. It is established not only what topics are circulating in public, but also for what purpose they are raised.

Keywords: new media, social networks, communities, city communities, VKontakte communities.

В настоящее время происходит активная трансформация всей медийной системы: традиционные печатные форматы, телевидение и радио постепенно перемещаются в пространство интернета. Там же появляются и функционируют совершенно новые СМИ, которых без цифровой среды не существует: «В России же мы можем назвать довольно большое число средств массовой информации, которые не существуют в офлайне, а живут только в онлайне» [1]. Таким образом, можно говорить о понятиях «старых» — традиционных — медиа и «новых».

При этом большинство времени пользователи интернета проводят в социальных сетях. По мере распространения, а также постепенной трансформации социальных сетей спектр выполняемых функций значительно расширился: теперь это и площадки для бизнеса, для совместного обсуждения проблем, для самореализации, учебы и работы. Социальные сети предоставляют пользователям совершенно новые функции взаимодействия, способствуя появлению гражданской журналистики. По данным *BrandAnalytics* за октябрь 2022 г., социальная сеть «ВКонтакте» является одной из самых популярных среди россиян, здесь публикуется самый большой объем контента — более 472 млн. сообщений в месяц [2]. При этом сообщества «ВКонтакте», или по-другому паблики, становятся популярным каналом распространения разного рода информации: в них объединяются подписчики по интересам, читают актуальные новости, обмениваются мнениями.

Ученые приходят к выводу, что паблики «обгоняют газеты в оперативности, независимости, даже объеме информирования. Кроме того, они

начали играть значительную роль в жизни местных общин, выполняя функции, не свойственные районным СМИ (не столько собственно информирование, сколько провокация дискуссии, обратной связи, объединения активности горожан для совместного решения проблем). Такие комьюнити-медиа заполняют нишу, недостаточно востребованную городскими СМИ: нишу оперативного решения социальных проблем, обратной связи» [3]. Паблики «ВКонтакте» в целом, а городские и районные паблики в частности — новый и малоизученный объект исследования, однако некоторые теоретики уже обращались к их описанию. И. В. Мельничук называет городские паблики «новостными пабликами» [4]. В. А. Степанов относит паблики «ВКонтакте» к СМИ, так как, по мнению исследователя, они обладают схожими функциями, такими, как периодичность, устойчивая система жанров, постоянный штат, модель монетизации [5].

В своем исследовании мы хотим показать, какая именно повестка преобладает в городских и районных пабликах в социальной сети «ВКонтакте» и как репрезентирована социальная реальность, в которой находятся жители города. В нашей работе мы опираемся на классификацию массовых коммуникаций М. М. Назарова [6] с небольшими изменениями, позволяющими зафиксировать особенности именно этой сферы массовых коммуникаций. Эмпирической базой исследования выступили крупнейшие городские паблики Омска и его районов, в которых состояло более 1000 участников. Отбор пабликов производился в феврале 2022 г. Всего, таким образом, эмпирическую базу составили 10 городских пабликов и 6 — районных. В каждом паблике было проанализировано 20 постов от даты начала анализа, всего — 320 постов из 16-ти пабликов.

Городские паблики о чрезвычайных происшествиях и авариях возглавляют таблицу наиболее популярных (см. табл. 1). Тем не менее с отрывом почти в 92000 подписчиков лидирует «Омскlive», где основная повестка сосредоточена на более глобальных и менее негативных новостях, в отличие от «ЧП Омск» или «Инцидент Омск».

Также отметим, что в паблике № 9 наблюдается

повышенная активность при меньшем количестве подписчиков и просмотров по сравнению с вышестоящими пабликами. Мы изучили возможные причины такого явления и выяснили, что этот паблик — с развлекательным и социализирующим уклоном, там часто встречаются фотографии из истории, а также пейзажей и местного антуража, чаще размещена более позитивная новостная повестка и редко — ДТП. См. табл. 1.

Таблица 1.

Аудиторные характеристики городских пабликов г. Омска

	Название паблика	Количество состоящих в нем людей	Среднее (медианное) количество просмотров одного поста	Среднее (медианное) количество лайков одного поста	Среднее (медианное) количество комментариев на один пост	Среднее (медианное) количество репостов одного поста	Количество постов в день
1	Омск live	397 418	26100 (22000)	347,6 (144,5)	41,4 (16,5)	84,5 (30)	≥ 27
2	ЧП Омск	305 624	22900 (18000)	42,5 (25)	17,3 (8,5)	14,4 (3)	> 10
3	Инцидент Омск	279 440	31150 (26000)	96 (59)	43,2 (27,5)	62,7 (14,5)	≥ 24
4	Типичный Омск	211 122	20720 (12500)	137,3 (32)	22,3 (4,5)	45,4 (6)	> 10
5	Аварийный Омск	179 993	17000	26,5 (19)	30 (15,5)	5,6 (4)	~ 13
6	Омск ВК	172 676	13485 (11000)	57 (34)	8 (2)	13,9 (5,5)	22–25
7	Омск регион 55	139 070	22140 (15000)	58,4 (26)	23,7 (9)	48,5 (20)	1–10
8	Регион 55 ЧС Омск	120 705	7355 (5600)	39,7 (14,5)	4,25 (1)	17,8 (3)	18–19
9	В Омске	119 883	17550 (11000)	420,7 (130)	29,8 (14,5)	38,7 (12)	13–14
10	Подслушано в Омске	108 369	4775 (3000)	48,6 (25,5)	2 (0)	10,9 (3)	7

Паблики районов в Омске — явление не распространенное, чаще всего создаются паблики более мелких сообществ: микрорайонов и жилых массивов. Такие паблики — это не способ поделиться новостями, а, скорее, доска объявлений и ресурс для получения советов от жителей одной территории. Во-первых, это проявляется в том, что большинство (4 из 6) пабликов не модерированы, в них публикуют новости все желающие участники. Посты публикуются нерегулярно и нечасто, а обратная реакция в виде лайков, комментариев и репостов собирается неактивно (см. табл. 2). Как правило, в пабликах без модерации админов из-за большого информационного шума, поступающего от местных жителей в виде большого количества рекламы и объявлений, тенденция к маленькой активности сохраняется почти везде. Также при публикации постов участниками (без модерации) по правилам «ВКонтакте» невозможно определить количество

просмотров на каждом из них, поэтому это затрудняет анализ. Во-вторых, 2 из 6 проанализированных пабликов являются закрытыми, то есть для просмотра любого контента внутри них нужно подать заявку на вступление, которую рассматривает модератор. Это говорит о том, что местные жители обособляются в закрытые сообщества, чтобы сфокусироваться только на той повестке, которая циркулирует в их микрорайоне, а также обмениваться бытовыми вопросами, которые могут понять только их соседи. См. табл. 2

Полученные данные позволяют сделать следующие выводы: местные жители не привыкли получать информацию из районных и микрорайонных пабликов, для Омска такой тип подачи информации оказывается невостребованным.

Среди проанализированных 200 сообщений в **городских пабликах** Омска мы выявили следующие тематические блоки:

Аудиторные характеристики пабликов районов и микрорайонов г. Омска

	Название паблика	Количество состоящих в нем людей	Среднее (медианное) количество просмотров одного поста	Среднее (медианное) количество лайков одного поста	Среднее (медианное) количество комментариев на один пост	Среднее (медианное) количество репостов одного поста	Количество постов в день
1	ЖК Кузьминки, г. Омск	2536 (группа закрыта)	невозможно определить	3,15 (0)	1 (0)	0	1 раз в 2–3 дня
2	Микрорайон Амур-2, Завертяева г. Омск	2634 (группа закрыта)	невозможно определить	1,15 (0)	0,25 (0)	0	1 раз в 2–3 дня
3	Микрорайон: Серебряный берег Омск	3661	невозможно определить	3,25 (1,5)	0, 2 (0)	1,25 (0)	36 постов за год
4	«ЖК Тарская крепость» г. Омск	2898	1816 (1600)	11 (4,5)	4,5 (1)	3	≥ 1
5	Ясная поляна	2588	невозможно определить	0	0	0	8–9
6	Омск Рябиновка Рябиновка 55 Омская Область.	4374	839 (856)	9 (3)	3 (1)	2 (0)	~1 пост в 2 дня

1) Тематика чрезвычайных происшествий, среди которых личные трагедии людей: травмы, смерти, события, например, как сгоревшая квартира или утонувший ребенок (20 постов), отдельно выделяем тематику аварий на дорогах (8 постов), а также нарушений ПДД и ситуаций на дорогах (14 постов).

2) Новости, связанные с жизнью города: негативные, например, о свалках или затоплениях (19 постов), позитивные (12 постов), к примеру, о мероприятиях города, среди данного типа новостей мы выделили отдельно новости про социальное развитие города (7 постов), а также нейтральные, которые ставят подписчиков в известность о каких-либо изменениях в городе (15 постов).

3) Новости России и мира (9 постов).

4) Полезная, не новостная информация, не связанная с городом, например, о симптомах заболевания или как правильно платить налоги (11 постов).

5) Мемы, пожелания спокойной ночи и доброго утра, поздравления (15 постов).

6) Отдельно мы выделили тематический блок, посвященный животным зоопарка и местной территории, т.к. практически в каждом паблике есть те или иные упоминания о них (8 постов).

7) Фото и видео разных локаций города, в основном пейзажи и места для отдыха (17 постов).

8) Найденные или потерянные предметы и животные (4 поста).

9) Реклама (10 постов). В городских пабликах вся реклама помечается специальной отметкой «Реклама», которая является встроенной функцией социальной сети «ВКонтакте».

10) Посты от лица местных жителей, которые выражают мнение по поводу той или иной ситуации/обращаются с просьбой к администрации (7 постов).

11) Прогноз погоды (4 поста).

12) Поиск пропавших без вести людей (2 поста).

13) Исторические факты (2 поста).

Рассмотрим, какие интенции несут в себе посты **городских пабликов Омска**.

Информирование о событиях и условиях жизни в обществе — 27%. Главная цель городских пабликов Омска — проинформировать местных жителей о происходящем в городе, стране и мире. Отметим, что функция **подрыва существующих норм и властных отношений, указания на недостатки** (24,6%) в 90% случаев сопряжена с функцией 1.1, в остальных — с функцией 2.1 (комментирования и интерпретации происходящего).

Социализация и выражение образцов доминирующей культуры — 19,5%. Несмотря на обилие шокирующей и сенсационной информации, все же остаются паблики, которые стараются разбавлять повестку «отвлекающей» или развлекательной информацией, дать возможность получить эстетическое удовольствие (от сделанных фотографий).

Создание возможностей для отдыха и развлечения; снижение социальной напряженности — 12%. Часто данная функция сопряжена с предыдущей: фотографии не просто запечатлевают красивые кадры, но и стараются дать понять, как красив город, в котором они живут, и как много у него интересных мест и возможностей.

Комментирование и интерпретация происходящего — 3,9%.

Организация кампаний в связи с актуальными целями в политике, экономике, социальной сфере — 2,7%. Сюда мы относили посты с просьбой помочь найти человека.

Рекламная — 3,9%.

Информационное обеспечение инновационных процессов — 1,2%. Эту интенцию несли в себе

посты о строительстве новых объектов, а также о благоустройстве территории города.

Обращение к соседям за советом/помощью — 1,5%. Для крупных городских пабликов эта функция нетипична, однако в омских пабликах она находит выражение. Админы дают возможность своим подписчикам выступать создателями контента, но с предварительной модерацией. Чаще всего подобные посты касаются наболевших вопросов и проблем, возможно, по поводу которых писали уже не раз.

Координация разнонаправленной социальной активности, формирование общественного согласия — 1,2%.

Поиск хозяев для животных, утерянных вещей — 0,9%

Поддержка существующих норм и властных отношений — 0,9%. Чаще всего встречается противоположная функция, однако в комментариях мы обнаружили три комментария, где поддерживались действия, описанные в посте, а именно помощь в лечении травм у ветерана Великой Отечественной войны.

Далее обратимся к описанию контента пабликов **районов и микрорайонов** города Омска. На массиве из 120 проанализированных постов можно выделить следующие содержательные блоки:

1) Найденные или потерянные животные и вещи: те, которым ищут пристрой, либо те, которых ищут их хозяева (18 постов), найденные и потерянные вещи (6 постов).

2) Реклама, в т.ч. сдам/сниму квартиру, продам товар, а также реклама языковых школ и приглашения в заведения (51 пост).

3) Красивые фотографии пейзажей (2 поста).

4) Социальная и культурная инфраструктура района: приглашения на предстоящие мероприятия (3 поста), значимые события города (2 поста), информация об открытии нового объекта на территории района (1 пост), новости района (2 поста).

5) Советы, обращенные к соседям по микрорайону: вопросы по отоплению, работе счетчиков, где сделать маникюр и т.п. (25 постов).

6) Поздравления и пожелания на праздники, мамы (5 постов).

7) Жалобы, связанные с недовольством работы местной администрации (3 поста).

Как мы видим, основной пласт публикаций составляют рекламные посты, а также посты с советами/просьбами, обращенными к соседям.

Перейдем к интенциональной направленности постов проанализированных пабликов.

Рекламная — 32,5%.

Паблики районов и микрорайонов города Омска в более четверти всех случаев содержат рекламный контент — это могут быть как рекламы каких-то заведений и акций в них, так и объявления о продаже/аренде недвижимости и т.д. То есть пользователи рас-

ценивают данные паблики больше как доску объявлений, чем как средство узнать новую информацию.

Социальной связи и обеспечения преемственности: обращение к соседям и жителям, в том числе за советом/помощью — 27,6%.

Данная функция встречается почти так же часто, как рекламная. Пользователи находят в участниках таких пабликов своих единомышленников, у которых есть такие же проблемы, и кто наверняка сможет им помочь.

Мобилизации: поиск хозяев для животных, утерянных вещей — 21,1%. Посты с данной интенцией актуальны для любых пабликов: в каждом из них можно встретить по крайней мере один такой пост.

Рекреативная: снижение социальной напряженности — 4,8%. Данную функцию выполняют мамы, поздравления с праздниками и пожелания.

Социализация, выражение образцов доминирующей культуры, обеспечение «узнавания» субкультур, новых культурных направлений — 4%. Из проанализированных нами постов данную функцию выполняли лишь 5 постов с фотографиями пейзажей или домой района.

Подрыв существующих норм и властных отношений, указание на недостатки — 3,2%. Такие посты связаны с жалобами жителей на работу местных властей, например, на невыполнение обещаний по поводу благоустройства территории или на недостаток мест в детских садах.

Координация разнонаправленной социальной активности, формирование общественного согласия — 3,2%. С данной интенцией публикуются посты, в которых предлагается соседям по району сделать для общей территории лучше: например, построить каток.

Информационная: информирование о событиях и условиях жизни в обществе и мире — 1,6%. Как мы видим, информирование о происходящем в районных пабликах Омска оказывается неактуальным. Новостные посты попадают в паблики крайне редко, если это действительно крупное и важное событие для района: например, открытие новой школы, которого местные жители долго ждали.

Мобилизации: организация кампаний в связи с актуальными целями в политике, экономике, социальной сфере — 0,8%. Всего лишь в одном посте подписчик просил помочь с поиском преступника, разбивший его машину.

Информационная: информационное обеспечение инновационных процессов — 0,8%.

Таким образом, основная цель городских пабликов Омска — проинформировать о происходящих событиях в городе, реже — в России и в мире. Основной контент посвящен чрезвычайным происшествиям, особенно в тех, где в названии используется маркированное слово — «Инцидент», «ЧП» и т.д. Остальные паблики, хотя и содержат данную повестку, старают-

ся отличиться от подобного контента посредством использования общенаучных, исторических, культурных фактов, фотографий, прогноза погоды, пожеланий и т.д. При этом негативные комментарии встречаются под постами с инцидентами: авторы пытаются максимально выразить свое осуждение, недовольство, положительные посты чаще всего остаются без комментариев совсем.

Для районов и микрорайонов паблики оказываются невостребованным ресурсом: подписчики пытаются удовлетворить свои цели, например, продать услугу или товар, задать интересующий их вопрос или найти потерянное животное. Делиться новостями в таких пабликах не принято, возможно, основной фокус приходится именно на городские паблики, которые в полной мере освещают события города.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ / Е. Л. Вартанова // Информационное обще-

ство. — 2008. — № 5–6. — С. 37–39.

2. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022. — URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/> (дата обращения 25.06.2023).

3. Пустовалов А. В. Городские СМИ vs районные паблики / А. В. Пустовалов, А. А. Градюшко, К. Р. Нигматулина // Журналист. — 2019. — № 3.

4. Мельничук И. В. Специфика контента новостных городских пабликов в социальной сети (на примере «ВКонтакте») / И. В. Мельничук // Медиасреда. — 2017. — № 12. — С. 193–198.

5. Степанов В. А. Сообщества в социальной сети «ВКонтакте» как СМИ: особенности типологии и перспективы развития / В. А. Степанов // Веснік БДУ. Сер. 4, філалогія, журналістыка, педагогіка. Минск: Белорусский государственный университет. — 2015. — № 2. — С. 86–90.

6. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. — М., 2003.

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет

Мордвинова П. А. аспирант кафедры массовых коммуникаций

E-mail: p.mordvinova@g.nsu.ru

*Novosibirsk State University
Mordvinova P. A., Postgraduate Student of the Mass
Communications Department
E-mail: p.mordvinova@g.nsu.ru*

ЭВОЛЮЦИЯ ИМИДЖА КИТАЯ В МИРОВЫХ МАССМЕДИА

Ню Хэ

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 25 июля 2023 г.

Аннотация: в настоящей статье представлены результаты анализа эволюции имиджа Китая в мировых массмедиа в период 1980–2022 гг. Автор исследует теоретические подходы к пониманию имиджа, роли массмедиа в его продвижении и приходит к выводу о важной роли СМИ как инструмента воздействия на массовое сознание, особенно телевидения. Исследование эволюции имиджа Китая в мировых массмедиа показало тенденцию к усилению негативного образа страны в западных массмедиа и к продвижению положительного имиджа Китая в российских массмедиа.

Ключевые слова: имидж Китая, мировые массмедиа, западные массмедиа, российские массмедиа.

Abstract: this article presents the results of an analysis of the evolution of China's image in the world mass media in the period 1980–2022. The author explores theoretical approaches to understanding the image, the role of mass media in its promotion and comes to the conclusion about the important role of the media as a tool for influencing the mass consciousness, especially television. A study of the evolution of China's image in the world's media has shown a trend towards strengthening the country's negative image in the Western media and promoting a positive image of China in the Russian media.

Keywords: image of China, World massmedia, Western media, Russian media.

Понятие «имидж» рассматривается в разных гуманитарных науках (философия, политология, культурология, социология и др.) в рамках четырех основных подходов: имидж как образ, как впечатление от объекта или восприятие его отдельных характеристик, как репутация (бренд) и как символ (знак) [1, 137]. Имидж формируется обычно за счет целенаправленно культивируемого образа с целью создания некоего идеального типа [2, 4]. При этом его знаково-символическая природа формируется на основе социально значимой информации [3, 4] и тесно связана со становлением геокультурного пространства [4, 83]. Конструирование имиджа проходит в контексте создания приоритетов развития самого общества и зависит от множества факторов: успешности внешнеполитического курса государства, особенностей проведения его внутренней политики, эффективности экономики, особенностей ментальности общества и пр. [5, 6]. Имидж тесно связан с понятием «мягкая сила», основанным на продвижении положительного имиджа страны за счет нематериальных ресурсов (язык, культура), а также благодаря массмедиа, создающих «виртуальный образ страны, который влияет на формирование определенных стереотипов в общественном сознании» [6, 8]. В западной теоретической литературе было введено понятие «страновой бренд», которое тесно связано с геобрендингом территорий, и в области международных коммуникаций особенности моделей брендинга рассматриваются в контексте

имиджа и международной репутационной составляющей государств [7, 16]. Для нас в данной связи важным представляется взаимосвязь между репутацией и имиджем страны на международном уровне, поскольку достигаются они посредством массмедиа.

Враждебность западных СМИ по отношению к КНР до сих пор остается актуальной. Китаю пришлось приложить немало усилий для того, чтобы изменить свой отрицательный имидж, который на протяжении многих лет культивировался в США и в Европе. В ходе работы мы опирались не только на анализ различных западных и российских массмедиа, но также изучили ряд серьезных работ известных китайских авторов, посвятивших свои исследования изменению имиджа Китая как в международном восприятии, так и в мировых массмедиа. Например, крупный китайский исследователь Чжао Юэжи проанализировал влияние «мягкой силы» КНР на изменение его международного имиджа за 30 лет (1980-е — 2012 гг.) и пришел к выводу, что, несмотря на общепризнанные успехи КНР в области экономики, со стороны ведущих развитых стран мира (США, страны Евросоюза, Япония) все еще явно ощущается и зачастую демонстрируется весьма критическое отношение к Китаю, его политике [8, 54].

После объявления курса на политику открытости и экономических реформ в декабре 1978 г. Китай за прошедшие годы достиг серьезных успехов и превратился в ведущую экономику мира. Параллельно в этот период шло осознание руководством КНР необходимости изменения отношения к стране в целом за счет формирования ее положительного имиджа

за рубежом. Многие годы негативная оценка Китая царил в западных массмедиа. По мнению Хань Юйхуа, в 1990-е гг. имидж Китая в них был в основном негативный. Часто страну упрекали в нарушении прав человека, т.е. критика была политической. Но по мере экономического развития Китая и наращивания его экономического сотрудничества со странами Евросоюза, с США западные СМИ уже не акцентировали свое внимание на политической составляющей, а больше писали об экономике в контексте «китайской угрозы» [9]. Например, в 2004 г., согласно данным статистики Информационного бюро Госсовета КНР, мейн-стримом в новостях о Китае, которые сообщали СМИ США (газеты «Нью-Йорк таймс», «Вашингтон пост», агентство Ассошиэйтед Пресс, глобальный новостной телеканал CNN и др.), была негативная информация: 50% отрицательных, 25% нейтральных и 25% положительных сообщений [10].

Изменения в положительную сторону в западных массмедиа начали происходить после проведения XXIX летних Олимпийских игр в 2008 г. в Пекине, что способствовало укреплению международного авторитета Китая. Важной вехой в улучшении положительного восприятия страны стал официальный визит Ху Цзиньтао 17 января 2011 г. в США. В тот день в Нью-Йорке на Таймс-сквер повсюду присутствовала китайская тематика в виде плакатов, а ведущие западные каналы демонстрировали шестидесятисекундные рекламные ролики, подготовленные в КНР, создатели которых сумели в коротком временном интервале отразить позитивные изменения в стране. Соответственно, американские массмедиа положительно отреагировали на визит китайской делегации на высшем уровне в США.

Несмотря на стремление западных массмедиа очернить экономические достижения Китая, сформировать негативный имидж в общественном сознании, игнорировать усиление международного авторитета КНР представители Евросоюза, США уже не могли.

Таким образом, улучшение международного имиджа Китая отразилось и на отношении мировых массмедиа, что нашло свое отражение в «Докладе об исследовании национального имиджа Китая в 2014 году» [11].

Российские СМИ до начала 2000-х гг. редко писали о Китае, чаще всего в нейтральной манере, но с определенной долей скепсиса. В начале 2010-х гг. многие российские аналитики размышляли негативно на страницах российской прессы о возможности серьезного сближения между странами. После 2014 г. ситуация стала меняться в лучшую сторону. Российские массмедиа стали много говорить о стратегическом партнерстве, о личной дружбе между лидерами КНР и РФ Си Цзиньпине и В. В. Путине [12]. Причины критического отношения российских массмедиа до 2014 г., по нашему мнению, были обусловлены тем, что многие годы Запад мешал установлению

более тесных отношений между Россией и Китаем. Кроме того, мы согласны с утверждением известного российского политолога С. Караганова о том, что серьезные изменения претерпела российская внешняя политика, ее поворот на Восток, обусловленный в первую очередь экономическими причинами: «Вырастает и новая экономика-транспортная конфигурация, основанная на начинающейся интеграции сухопутной части китайского экономического Шелкового пути с российскими Транссибом и БАМом, Северным морским путем. Видимо, вокруг ШОС, с его вероятным расширением на Индию, Пакистан, в перспективе — Иран, создается новая евразийская группировка с усиливающимся компонентом безопасности» [13].

Вспышка пандемии Covid-19 в январе 2020 г. оказала серьезное влияние на глобальную экономику, что привело к усилению международной нестабильности, появлению ряда серьезных проблем в международном сотрудничестве и торговле. Одновременно в западных массмедиа началась травля КНР и прямые обвинения в том, что именно Китай виноват в появлении и последующем распространении пандемии. Например, французская газета «Фигаро» обвинила китайское правительство в глобальной пандемии Covid-19 [14]. Американский журнал «Уорлд стрит джорнал» последовательно проводил на своих страницах «теорию вирусного заговора» и политику по дискриминации Китая. Редакция высмеивала Китай и ассоциировала страну как «больного человека Восточной Азии», а также прямо обвинила ее руководство в распространении Covid-19 по всему миру [15]. Тем самым издание начало планомерную кампанию по серьезной дискредитации имиджа Китая, которую подхватили другие западные массмедиа. Многие из них в период пандемии развязали «информационную эпидемию», используя фейковые новости, различные инсинуации [16]. Такая предвзятая позиция стала следствием развернутой холодной идеологической войны, начало которой положило выступление госсекретаря Марка Помпео в Президентской библиотеке и музее Ричарда Никсона 23 июля 2020 г., в котором он заявил об окончании прежнего взаимодействия с Китаем и призвал создать «новый альянс демократий» с целью противостоять китайскому вызову [17]. Развернутая в западных массмедиа кампания по дискредитации имиджа Китая вызывала серьезный и резкий отпор со стороны его руководства: выступая 3 сентября 2020 г., Си Цзиньпин сформулировал пять принципов «никогда не соглашайся» [18].

Российские массмедиа, несмотря на пандемию коронавирусной инфекции, продолжали сохранять доброжелательный или нейтральный тон, акцентируя внимание своих целевых аудиторий на таких аспектах, как стратегическое партнерство между странами, продолжение торгово-экономических от-

ношений, гуманитарного сотрудничества. По мнению российских исследователей, «лейтмотив формирования медийного образа Китая в российском медиаполе задается характером стратегических отношений всеобъемлющего сотрудничества и стратегического взаимодействия между РФ и КНР» [19,168].

Важным в данной связи представляется поддержка в российских СМИ борьбы Китая с эпидемией Covid-19. На фоне обвинений в западных массмедиа (особенно американских) КНР в появлении и распространении пандемии в российских СМИ, напротив, появлялись материалы об объективных причинах ее возникновения, размещались экспертные оценки. Освещение ситуации шло с позиций борьбы китайского народа с пандемией и с новостными фейками в западных массмедиа.

В начале декабря 2022 г. правительство Китая объявило об отказе от политики «нулевой терпимости» к коронавирусной инфекции и сняло все существовавшие ограничения, которые вызывали недоумение, а порой и явный скепсис у представителей многих мировых массмедиа, включая российские. Это негативно отразилось на международном имидже Китая.

Зимняя Олимпиада 2022 г., проходившая в Пекине, стала действительно важным мировым событием и приковала к себе внимание всех мировых массмедиа. Китай серьезно подготовился к проведению Олимпиады и в условиях продолжающейся пандемии ввел существенные ограничения. В этот период стали звучать призывы разных западных политиков бойкотировать зимние Олимпийские игры в Пекине. Несколько правозащитных организаций направило совместное письмо в Международный олимпийский комитет с призывом пересмотреть квалификацию Пекина для проведения зимних Олимпийских игр 2022 г. с учетом нарушения прав человека в Китае. Начиная с 2020 г. отдельные западные массмедиа развернули кампанию по дискредитации имиджа страны: «С сентября по октябрь 2020 г. массмедиа Канады и Великобритании последовательно использовали такие словосочетания, как «ответственность Китая за новую эпидемию коронавирусной инфекции», «нарушение прав человека в Синьцзяне», предлагая одновременно «рассмотреть» бойкот зимних Олимпийских игр в Пекине» [20]. Несмотря на предпринятые попытки, в целом западные массмедиа позитивно оценили прошедшие зимние Олимпийские игры в Пекине, особенно церемонию открытия и закрытия. По мнению китайских исследователей, «по сравнению с «демонизацией» Китая в прошлом, дискурсивное построение национального образа Китая в западных СМИ несколько улучшилось, постановка темы стала более разнообразной, а доля объективности и энтузиазма увеличилась» [21, 26].

Российские массмедиа также освещали зимние Олимпийские игры в Пекине. Названия публикаций,

новостных репортажей содержали много положительных эпитетов: «яркие моменты Олимпиады», «легендарный стадион Птичье гнездо», «фантастический фейерверк», «красочное представление», «технические новшества» и т.д. Зимняя Олимпиада в Пекине в 2022 г. в российских массмедиа была связана как с освещением приезда на открытие Игр президента России В. В. Путина, так и с унижениями, которым подверглась российская сборная: отсутствие национального флага и национального гимна, отстранение российских и белорусских параолимпийцев от участия в Олимпийских играх и др. Тем не менее сам ход Олимпиады, церемония ее открытия и закрытия освещались в российских массмедиа в положительном ключе.

Таким образом, проведенный анализ эволюции имиджа Китая в мировых массмедиа показал их важную роль в этом процессе. Несмотря на то, что за прошедшие годы имидж Китая в западных массмедиа стал менее агрессивным и демоническим, тем не менее с момента начала пандемии Covid-19 и по настоящее время формируется в большинстве своем в негативном контексте. По мере усиления конфронтации КНР и США усиливается отрицательная повестка формирования имиджа Китая в западных массмедиа. Российские массмедиа, напротив, в последние годы усиливают положительный имидж Китая, что обусловлено дальнейшим укреплением стратегического партнерства между странами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мамаев В. Ю. Теоретико-методологические основы формирования имиджа: исторические и современные аспекты / В. Ю. Мамаев, В. В. Мацько // Вестник Омского государственного университета, серия «Экономика». — 2017. — № 3. — С. 134–143.
2. Гринберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели / Т. Э. Гринберг // Медиаскоп. — 2008. — Вып. 2. — С. 4–12.
3. Черемушникова И. Б. Феномен имиджа: социально-философский анализ: автореф. ... канд. философ. наук / И. Б. Черемушникова. — М., 2002. — 26 с.
4. Замятин Д. Н. Геополитика образа и структурирование метапространства / Д. Н. Замятин // Полис. Политические исследования. — 2003. — № 1. — С. 82–102.
5. Глинская И. Ю. Политические механизмы формирования позитивного имиджа России: автореф. ... д-ра полит. наук / И. Ю. Глинская. — М., 2010. — 45 с.
6. У Ин. Исследование образа китайских лидеров в новых медиа / У Ин, Гао Фанфан // Внешняя Коммуникация. Пекин. — 2014. — № 4. — С. 7–9.
7. Ресурсы массовых коммуникаций в формировании страновых имиджей: монография. — Минск: БГУ, 2016. — 191 с.
8. Чжао Юэчжи. Национальный образ и политика «мягкой силы» / Чжао Юэчжи // Культурные аспекты. — 2013. — № 6. — С. 52–59.

9. Хань Юхуа. Изменение имиджа Китая в сообщениях западных СМИ / Хань Юхуа // Молодые журналисты. — 2012. — № 20. — С. 91–92.
10. Ню Ючэн. Как западные СМИ сообщают о Китае — пропорциональность негативных новостей снижается / Ню Ючэн, Ли Юнцзюнь, Чжун Ченг и др. // Chinadaily. — 2006. — 30 июня. — Режим доступа: http://www.chinadaily.com.cn/hqpl/2006-06/30/content_629873_3.htm (дата обращения: 16.07.2023).
11. Доклад об исследовании национального имиджа Китая в 2014 году // Китайское бюро иностранных языков. — 2015. — Режим доступа: http://cn.chinagate.cn/photonews/2015-03/18/content_35091383_5.htm (дата обращения: 16.07.2023)
12. Цянь Ченг. Анализ изменений имиджа Китая в российских СМИ / Цянь Ченг // Наука и технологии коммуникации. — 2020. — № 12 (18). — С. 37–38.
13. Караганов С. Доверительность отношения РФ и КНР стала беспрецедентной / С. Караганов // Российская газета. — 2014. — 27 нояб. — Режим доступа: <https://rg.ru/2014/11/28/itogi.html> (дата обращения: 16.07.2023).
14. Гао Цзиньпин. Голос с другого берега: анализ общественного мнения о коронавирусе в основных СМИ шести западных стран / Гао Цзиньпин, Сюй Юнбинь // Журналистика и письмо. — 2020. — № 5. — С. 40–47.
15. Лянь Шаоин. Исследование освещения реакции Китая на коронавирус в «Уолл-стрит джорнэл» — анализ критического дискурса на основе корпусного анализа / Лянь Шаоин, Ми Жоюй // Новостная журналистика. — 2021. — № 1. — С. 40–52.
16. Чжан Цзяньчжун. Страх и дискриминация: анализ освещения Covid-19 в западных СМИ / Чжан Цзяньчжун // Внешняя коммуникация. — 2020. — № 4. — С. 17–19.
17. Выступление государственного секретаря Майкла Помпео в Президентской библиотеке и музее Ричарда Никсона: “Коммунистический Китай и будущее свободного мира” // Известия. — 2020. — 24 июля. — Режим доступа: <https://iz.ru/1039354/2020-07-24/pompeo-zaiavil-okrakhe-prezhnei-sistemy-vzaimodeistviia-ssha-i-kitaia> (дата обращения: 16.07.2023)
18. Си Цзиньпин: выступление на симпозиуме, посвященном 75-летию Победы китайского народа в Войне сопротивления японской агрессии и мировой антифашистской войне // Синьхуа. — 2020. — 3 сент. — Режим доступа: <http://src.people.com.cn/n1/2020/0903/c64094-31848577.html> (дата обращения: 16.07.2023)
19. Хабаров А. А. Образ Китая в российских и американских СМИ / А. А. Хабаров, А. П. Чудинов, Ян Кэ // Политическая лингвистика. — 2022. — № 2 (92). — С. 159–171.
20. Хуан Хэ. Сетевые характеристики повесток дня западных СМИ, освещающих Олимпийские игры, и коммуникационные контрмеры зимних Олимпийских игр в Пекине — на основе семантического сетевого анализа новостных сообщений о последних 6 Олимпийских играх / Хуан Хэ, Чжэн Ли, Сяохань Ян // Вестник Шанхайского института спорта. — 2021. — № 45 (5). — С. 10–20.
21. Лю Цзинсюань. Разнообразие и предрассудки: дискурсивная репрезентация национального имиджа Китая в сообщениях западных СМИ о зимних Олимпийских играх в Пекине / Лю Цзинсюань, Чжан Цзысюань, Юй Цзе // Вестник Уханьского института физического воспитания. — 2022. — № 56 (3). — С. 23–29.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Ню Хэ, аспирант кафедры зарубежной журналистики и литературы

E-mail: aliceniu0928@gmail.com

Lomonosov Moscow State University

Niu He, Postgraduate Student of the Foreign Journalism and Literature Department

E-mail: aliceniu0928@gmail.com

РАБОТА ОРЕНБУРГСКИХ СОЦИАЛ-ДЕМОКРАТОВ ПО СОЗДАНИЮ И ПОДДЕРЖКЕ НЕЛЕГАЛЬНЫХ ОППОЗИЦИОННЫХ ИЗДАНИЙ В 1906–1907 ГГ.

В. И. Овсейко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 мая 2023 г.

Аннотация: нет ни одного документа, подтверждающего, что оренбургские легальные оппозиционные газеты «Степь» (1906–1907 гг.) и «Простор» (1907 г.) являлись печатными органами РСДРП. Но социал-демократы не просто использовали эти издания в своих целях, как утверждают некоторые исследователи, а создавали и активно поддерживали их, как и другую периодику левой направленности этого периода. В статье рассказывается о кропотливой работе оренбургской группы РСДРП в информационном пространстве губернии в 1906–1907 гг.

Ключевые слова: легальная оппозиционная газета, «Степь», «Простор», А. И. Матов, Н. А. Афиногенов, социал-демократы, редакция, частная типография, репрессии.

Abstract: there is not a single document confirming that Orenburg legal opposition newspapers «Step» (1906–1907) and «Prostor» (1907) were the printed organs of the RSDLP. But the Social Democrats did not just use these publications for their own purposes, as some researchers claim, but created and actively supported them, like other left-wing periodicals of this period. The article tells about the painstaking work of the Orenburg group of the RSDLP in the information space of the province in 1906–1907.

Keywords: legal opposition newspaper, «Step», «Prostor», A. I. Matov, N. A. Afinogenov, Social Democrats, editorial office, private printing house, repression.

В 1906–1907 гг. Оренбургский комитет РСДРП провел блестящую операцию по выводу на местный рынок прессы легальных левых газет «Наш край», «Степь», «Оренбургский вестник», «Простор», которые в условиях непрекращающихся репрессий продержались в общей сложности 11 месяцев. А если учесть, что с 11 января по 19 февраля 1906 г. (в этот день вышел последний № 40 издания) в руках социал-демократов был и «Оренбургский листок» под руководством редактора П. Н. Столпянского (эту газету социал-демократы не выводили на рынок прессы, но сумели активно использовать в своей деятельности)¹, получается 12 месяцев 9 дней. То есть больше года революционно настроенное население губернии держало в руках и проникалось идеями легальных оппозиционных изданий, организующих антиправительственное движение и политическое просвещение масс, их сплочение в борьбе против самодержавия за введение 8-часового рабочего дня, предоставление земли народу, уничтожение национального гнета, разъясняющих, за кого голосовать

¹ «Оренбургский листок» под редакторством П. Н. Столпянского (с № 9 редакторы — Ю. П. Сен-Лоран и П. Н. Столпянский, с № 14 по № 40 за 1906 г. редактор П. Н. Столпянский) в различных документах называется левым, боевым, хотя поворот издания влево произошел сразу после смерти И. И. Евфимовского-Мировицкого (7 мая 1905 г.).

на выборах в высший законодательный государственный орган, подробно информирующих своих читателей о деятельности I и II Госдум.

Это было востребовано: в 1906 г. — первой половине 1907 г. в губернии произошло 34 забастовки и 19 митингов, маевок, демонстраций. Газеты «Наш край», «Степь», «Оренбургский вестник», «Простор» не были заявлены печатными органами РСДРП: в противном случае власти закрыли бы их с первых номеров. Для оренбургских социал-демократов важно было не назвать то или иное издание своим печатным органом, а вывести его на рынок прессы, вдохнуть в газету жизнь, получить как можно большую отдачу: сохранить сами издания и их коллективы, ведь они оказывали беспрецедентно важную помощь по внедрению идей социал-демократии в сознание 43-х тысяч рабочих, крестьян, составлявших 80 процентов населения Оренбургской губернии, десятков тысяч солдат, казаков, приказчиков, кустарей, мещан (Ю. П. Злобин в «Истории Оренбургской» отмечает, что социал-демократы активно участвовали в издании оппозиционных левых газет «Степь», «Оренбургский вестник», «Простор», оказывая им финансовую помощь) [1, 147].

События разворачивались так. После закрытия 18 февраля 1906 г. первого частного издания «Оренбургский листок» [2, 152], которое после смерти его создателя И. И. Евфимовского-Мировицкого социал-демократы сумели переформатировать в своих целях, необходимо было создать новую легальную газету,

несущую идеи РСДРП в массы. Через 12 дней решение было найдено. Таким изданием стала ежедневная социально-политическая и литературная газета «Наш край», выходившая в Оренбурге с 26 февраля по 3 марта 1906 г. (редактор — М. А. Большаков, издатель — П. С. Захаров, с № 5 — редактор-издатель) [2, 175–176].

Газета ставила своей целью «освещать нужды края с точки зрения интересов рабочего класса» [2, 176]. В редакцию «Края» перешли работать сотрудники приостановленного до судебного разбирательства «Оренбургского листка». «Наш край» должны были получать его подписчики. Однако газета слишком ярко и открыто заявила о себе, поэтому сразу попала под каток репрессий. С декабря 1905 г. в губернии разворачивалось, приобретая все более массовый характер, крестьянское движение против помещичьего землевладения, налогового бремени, кабальных форм эксплуатации. В связи с этим номера газеты «Наш край»: второй (в котором были помещены призывы к крестьянам поддержать социал-демократов и социалистов-революционеров, даны решения Всероссийского крестьянского съезда), а также третий и четвертый — были конфискованы, редактор арестован. Всего вышло 5 номеров. Газету власти закрыли. Нужно было думать о новом боевом издании.

Потери «Оренбургского листка» и «Нашего края» — показали, что действовать необходимо более осторожно: поддержка партии, деньги партии должны быть незаметными, не привлекающими внимания. Это поможет вновь открытому изданию дольше продержаться на плаву, приобщить к идеям социал-демократии большее число людей, а значит принести партии неоценимую пользу. Почти через 2 месяца с теми же сотрудниками «Оренбургского листка» и «Нашего края», по версии оренбургского исследователя Д. А. Сафонова, студентами-оренбуржцами столичных вузов, вернувшимися домой из-за временного закрытия учебных заведений в связи с революционными событиями 1905 г., удалось договориться о том, что они откроют новую газету «Степь» [3, 65].

Оформление издания состоялось². На помощь энергичному молодежному коллективу самарскими социал-демократами оперативно был направлен А. И. Матов (партийная кличка и псевдоним «Аксакал»)³, хорошо известный оренбургский и самарский

журналист, прозаик, автор «Тургайской газеты», «Оренбургского листка», «Самарского вестника», «Самарской газеты», с творчеством которого были знакомы С. И. Гусев-Оренбургский, М. Горький (не случайно они были заявлены с первого номера и стали авторами «Степи»), В. Г. Короленко. Многие исследователи именно его считают настоящим редактором «Степи». А. И. Матов состоял в марксистских кружках. В 1890 г. арестован, но вскоре отпущен. В 1892 г. вторично арестован и после длительного следствия в 1894 г. выслан в Оренбург под надзор полиции [4, 24]. Здесь А. И. Матов продолжил журналистскую деятельность и первым из оренбургских собратьев по перу пострадал за свою статью, опубликованную в «Тургайской газете» в 1900 г. Судебный процесс против него инициировал уездный начальник из Тургайской области генерал-майор Краснокутский. Суд вынес приговор — тюремное заключение на 3 месяца. В защиту А. И. Матова выступали журнал «Жизнь», газета «Оренбургский листок» [5, 2]. Это были первые информации об опасности журналистской профессии в Оренбургском крае.

Действия социал-демократов были продуманы и последовательны. Ежедневная политическая и литературная (в 1907 г. — политическая, литературная и общественно-экономическая) газета «Степь» вышла 30 апреля 1906 г. (последний № 128 датирован 12 апреля 1907 г.; редактором, позднее редактором-издателем «Степи» с 30 апреля по 12 сентября 1906 г. был А. И. Калмыков. С № 105 редактор — А. А. Шнееров, А. И. Калмыков — издатель). Практически сразу, в первых числах мая 1906 г. при редакции был открыт книжный магазин «Степь», служивший центром конспиративных связей и источником нелегальной литературы. «Владелец его считалась М. Туркестанова, член оренбургской группы РСДРП» [6, 148]. Через магазин социал-демократы распространяли в Оренбурге и губернии большое количество революционных изданий, работ В. И. Ленина. Продавались в магазине легальные оппозиционные газеты, в том числе «Степь» и «Простор». Четко была организована подписка на «Степь». Только в Оренбурге она принималась в конторе «Степи», магазинах «Полезь», Грабовского, позднее — Юфа [7, 1] (в апрельской 1907 г. «Степи» будет указан магазин Шанина [8, 1]), в Николаевском аптекарском магазине, форштадтской аптеке. Также четко была организована подписка в Илецкой защите — в ап-

² Оренбургские исследователи в своих публикациях сообщают, что на первых порах оренбургские социал-демократы действовали в союзе с эсерами, но вскоре социал-революционеры взяли под свой контроль газету «Оренбургский край» (1906–1907 гг.), «Степь» осталась под патронатом социал-демократов.

³ Ряд исследователей констатируют, что у А. И. Матова был псевдоним «Степной», «А. Степной». Исследовав

архивные подшивки газеты «Степь», мы утверждаем, что в «Степи» отсутствуют названные псевдонимы, зато активен псевдоним «Аксакал» (партийная кличка А. И. Матова) и большинство передовых статей, аналитика издания подписаны именно этим псевдонимом. Один из материалов подписан «А. Аксакал» (еще один ключик к разгадке). Поэтому мы предполагаем, что в «Степи» у А. И. Матова были псевдонимы «Аксакал», «А. Аксакал».

теке Герштейна, в лавках Гаврилова и Каргиных, в Актюбинске — в аптеке Лифшиц, в Челябинске — в книжном магазине «Образование» [7, 1]. «Степь» активно распространялась по губернии. Анализ архивных материалов позволяет сделать вывод, что кроме заявленных в газетной рекламе собственных корреспондентов в Санкт-Петербурге, Москве, Самаре и других городах [9, 1], она единственная из периодических изданий того времени сумела наладить корреспондентскую сеть в 53 городах и населенных пунктах края. Для лучшего ознакомления сельчан с материалами издания редакция неоднократно бесплатно рассылала номера «Степи» по деревням и станицам. Бывало, что в конверты с газетами вкладывались листовки, каталоги прогрессивных книжных издательств. «Степь» рассылается в поселковые правления и учителям без требования о высылке и бесплатно, — докладывал в октябре 1906 г. верхнеуральский уездный исправник. — Она явно рассчитана на воздействие в противоправительственном духе, посему является преступною» [10]. Наиболее сильные в политическом отношении материалы переиздавались в виде листовок местными социал-демократическими кружками. В протоколах обысков того периода «Степь» упоминалась в общем перечне нелегальных изданий [2, 186].

Газета стала самым успешным, хорошо продуманным проектом социал-демократов, она быстро находила своих сторонников. Каждый номер — буквально пуля в самодержавие. Яркими, доходчивыми материалами «Степь» поддерживала рабочее движение, сопротивление крестьян, писала о трудностях армейской службы, фактах жестокого обращения с солдатами, нарушениях казачьих прав, поднимала тему профсоюзного движения. Оперативно откликалась на революционные веяния, агитировала за них, призывала оренбуржцев бороться за свои права. Не только информировала, но и воспитывала, объединяла свою аудиторию, организовывала ее на демонстрации, маевки, акции протеста, забастовки, стачки, объявляла сборы средств политзаключенным, на памятник рабочему М. Н. Золотухину, погибшему 22 мая 1906 г. при расстреле политической демонстрации у Беловской тюрьмы (где содержались арестованные активисты стачечной борьбы, объявившие голодовку), на создание библиотеки для детского санатория в Оренбургской губернии, а также за ее пределами: погорельцам в Сызрани, жертвам еврейских погромов в Белостоке и т.д. В «Степи» из номера в номер публиковались подборки материалов под заголовками и рубриками «Рабочие», «Из жизни рабочих», «Крестьяне», «К казакам», «Среди казаков», «В войсках», «Молодой солдат», «Среди солдат», «Из партийной жизни», «Дума», часто это были короткие обзоры российских газет. «Степь» не являлась сугубо местным изданием, она была оппозиционна власти. Поэтому в газетных текстах боль и тревога

за происходящие кровавые и вопиюще несправедливые события на территории всей огромной Российской империи, а также желание показать оренбуржцам, что повсеместно народ объединяется в борьбе против самодержавия. Активное участие местной группы РСДРП в деятельности «Степи», забота партийцев об идеологическом наполнении издания, его финансировании и распространении в условиях постоянных репрессий, внедрение в редакционный коллектив людей, позднее ставших активными деятелями подпольных организаций РСДРП и партии социалистов-революционеров в крае, позволили газете продержаться 5 месяцев и 8 дней, а ее подписчикам между №№ 121 и 122 получать с 17 октября 1906 г. «Оренбургский вестник», а с 21 января 1907 г. газету «Простор».

Скорее всего, к выходу в свет «Степи» (30 апреля 1906 г.) в поле зрения социал-демократов был будущий создатель оппозиционного «Простора» — Н. А. Афиногенов. Приехав с семьей в Оренбург в 1906 г., он две зимы учился на высших курсах А. О. Киселева, одновременно служа конторщиком на Ташкентской железной дороге. В Оренбурге Н. А. Афиногенов сблизился с местными революционерами при их поддержке 21 января 1907 г. приступил к изданию оппозиционной газеты «Простор», ставшей вместе с «Оренбургским вестником» своеобразным «мостиком» для читателей «Степи» в межвременье, когда оппозиционное издание было приостановлено на № 121 до выхода № 122 в апреле 1907 г.⁴

⁴ В разных источниках указывается, что Н. А. Афиногенов вложил в газету свои собственные средства, или что «Простор» издавался вскладчину. Думаем, что вложенные в издание деньги Н. А. Афиногенова — легенда для полиции, так как меньше, чем через месяц деятельности «Простора», 18 февраля 1907 г. против редактора А. В. Афиногеновой (подставное лицо, жена Н. А. Афиногенова, объявленная редактором, чтобы не пострадал истинный создатель «Простора» Н. А. Афиногенов) было начато уголовное дело за публикацию имеющего вредное влияние письма к реалистам, с призывом бороться за восстановление уволенного из училища сокурсника Подгузова. У Афиногеновых не было денег, чтобы заплатить штраф, и Антонина Васильевна с трехлетним сыном и годовалой дочерью провела в тюрьме 7 дней. Позднее, когда по суду нужно было снова идти в тюрьму с малолетними детьми, или платить штраф, было принято решение скрыться. Антонина Васильевна бежала с детьми от преследования властей в станицу Сломихинскую на берегу реки Узень, где ее с детьми укрывали друзья. Впоследствии из-за лишений и тягот дочь умерла. Брак Афиногеновых распался. Оставшись одна с сыном, «неблагонадежная» учительница не могла получить работу в школе и перебивалась частными уроками. После амнистии 1913 г. А. В. Афиногеновой удалось переехать в Рязань и устроить сына в гимназию.

Об этом факте говорит то, что у Н. А. Афиногенова и у А. И. Матова, до 1906 г. были схожие псевдонимы: «Степной», «А. Степной» (Матов), «Н. Степной», «Степной» (Афиногенов). Интересно, что А. И. Матов с № 1 (30 апреля 1906 г.) подписывал свои передовицы и статьи в «Степи» — «Аксакал» (по партийной кличке), «А. Аксакал», а Н. А. Афиногенов свои материалы с № 1 в «Просторе» (21 января 1907 г.) — «Наровчатский». Возможно, А. И. Матов, псевдоним которого в Оренбурге был известен правоохранительным органам, не хотел рассекречиваться. Возможно, чтобы не путать читателей: Матов не хотел, чтобы его ассоциировали с Афиногеновым, или наоборот.

Пока шла подготовка к выходу в свет «Простора», под руководством А. И. Матова издавалась «Степь». Параллельно социал-демократы вели работу по подготовке других специалистов, способных в сложнейших условиях репрессий издавать легальные оппозиционные газеты. Это тоже пригодилось после приостановки издания «Степи».

Короткое сообщение об очередном местном частном издании было опубликовано 21 июня 1906 г. в № 40 «Степи»: «Оренбургским губернатором⁵ выдано свидетельство на печатание в Оренбурге новой газеты «Простор» [11, 4]. Однако над самой «Степью» тучи заметно сгущались. Журналисты в своих материалах не раз писали, что «Степью» недовольны. В частности, «Аксакал» в передовице «Нами недовольны» указал, что особенно злопыхают казацкие генералы. Они «мечут грома и молнии против «Степи». Им хочется во что бы то ни стало проглотить ее». Но «степь велика, широка и беспредельна... Проглотить можно газету, но те мысли, те идеи, которые воплощаются в «Степи», проглотить невозможно, как невозможно посадить их на штык, пронзить пулей. За «Степью» стоит общество; она черпает свои мысли, свои силы, чаяния и надежды среди униженных и оскорбленных там, внизу, куда доступ генералам воспрещен... И пока низы эти живы, а они переживут генералов, до тех пор «Степь», как идейный отголосок широких масс, под тем или другим названием, будет существовать и еще смелее, еще решительнее снимать серебро и золото с тех, кто свои ничтожества прикрывает мундиром ... Репрессии нам не страшны: они привлекают к нам столько симпатий, сколько навлечет на себя презрения правящая бюрократия... С верой святой в наше дело мы идем вперед без страха и сомнения» [12, 1–2].

Через 5 дней после новости о прекращении деятельности I Госдумы, в № 58 за 13 июля 1906 г. редакция «Степи» обратилась к читателям газеты: «Редакция считает долгом довести до сведения читателей и подписчиков, что местная администрация решила

систематически конфисковать нашу газету и, таким образом, задушить свободное, независимое слово. Не имея физических сил бороться с административным произволом, редакция не находит возможным продолжать дальнейший выпуск газеты в прежнем виде и с прежней искренностью отзываться на запросы политической жизни вообще, и на нужды населения Оренбургской губернии, в частности. Слагая с себя ответственность за дальнейшую вынужденную малосодержательность газеты, редакция просит у общества нравственной поддержки» [13, 1].

Стало понятно, что дни «Степи» сочтены (конфискация, двойная конфискация № 56⁶, попытка спровоцировать разгром редакции черносотенцами), хотя после публикации обращения вышло еще 62 номера издания до его приостановки 1 октября 1906 г. Скорее всего, социал-демократы не торопились выводить преемника «Степи» — газету «Простор» — на оренбургский рынок прессы: издание, зарегистрированное в июне 1906 г., начнет выходить только в январе 1907 г. Партийцы внимательно следили за развитием событий, делая ставку на «Степь».

8 июля 1906 г. царское правительство распустило I Госдуму. Отказавшись от бойкота высшего законодательного государственного органа, большевики решили использовать думскую трибуну в интересах освободительного движения и предприняли активные действия, чтобы добиться этого. Началась подготовка общественного мнения к выборам во II Госдуму. Вот тут-то и могло проявить себя новое издание, так долго и тщательно подготавливаемое к выходу в свет.

Думская тематика присутствовала на страницах «Степи». Но положение газеты с каждым днем усложнялось. Для закрывающегося издания необходимо было найти газету, которая не позволила бы читателям потерять любимую «Степь». Социал-демократам необходим был идейный отголосок широких масс, под любым названием («Простор» они продолжали держать в резерве). И это было осуществлено. Им удалось взаимобразно договориться с Я. Б. Бреслиным — сыном опытного издателя газет Б. А. Бреслина [14, 116], в типографии которого с 17 октября 1906 г. печатался «Оренбургский вестник», а с 21 января 1907 г. — «Простор». Факт «договорняка» подтверждает то, что «Степь» с № 79 (9 августа 1906 г.) и до последнего своего № 128 (12 апреля 1907 г.) печаталась в типографии Г. М. Мильберга, то есть была довольна сотрудничеством. Однако приемник «Степи» — «Оренбургский вестник» — печатался

⁶ № 56 был конфискован за фельетон «Как решают аграрный вопрос трудовики и социал-демократы». № 57, бывший полным повторением предыдущего (за исключением фельетона, на место которого были помещены телеграммы Петербургского телеграфного агентства), вновь конфисковали, уже за пропущенные накануне цензурой в № 56 статью «На пороге событий» и «Письмо старых казаков».

⁵ Генерал-майор Федор Федорович Таубе (1857–1911 гг.) оренбургский губернатор и наказной атаман Оренбургского казачьего войска с 09. 04. 1906 г. по 24. 10. 1906 г.

у Б. А. Бреслина. Перевод по сути перманентного издания в другую типографию и был условием договоренности с Бреслиными: социал-демократы смогут размещать в «Вестнике» необходимый им материал, если газета будет печататься в семейной типографии. Примечательный факт: редакция «Простора» за 10 номеров до своего закрытия перешла именно в типографию Г. М. Мильберга, где были отпечатаны 7 последних номеров «Степи». Договор с Б. А. Бреслиным действовал до 23 февраля 1907 г.

За неимением лучшего издания, ежедневная общественная, литературная, политическая и торгово-промышленная газета «Оренбургский вестник» выходила в Оренбурге с 17 октября 1906 г. по 19 января 1907 г. (редактор-издатель — Я. Б. Бреслин)[2, 176–177], 3 месяца и 2 дня, пока готовился выход «Простора», обеспечивая подписчиков «Степи» необходимой информацией. Хотя в № 117 за 27 сентября 1906 г. «Степь», случайно или нет, нелестно отозвалась о новом издании. В крошечной информации под заголовком «Новая оренбургская газета» сообщалось: «Оренбургский вестник» попросту оказался листком объявлений, без общественно-политического, литературного и т. п. газетного материала». Издание «будет раздаваться и рассылаться бесплатно в количестве 2–2, 5 тысячи экземпляров [15, 3]. Заметим, столь высокий тираж никому не известного рекламного листка, в том числе пробного номера за 17 октября 1906 г. (2000 экземпляров), вновь прямо указывал на вложенные в издание партийные деньги. Об этом же свидетельствовали массовая бесплатная раздача и рассылка номеров «Оренбургского вестника», то, что № 13 «Оренбургского вестника» был конфискован, а набор рассыпан — за статью, касающуюся деятельности правительственной комиссии по выработке обязательных постановлений о нормировании трудящихся торгово-промышленных предприятий, и то, что в предпоследнем № 19 была опубликована статья В. И. Ленина «Кого выбирать в Государственную думу?» [16, 177].

Редактор-издатель в первом номере так объявил позицию своей газеты: издания есть прогрессивные и консервативные — мы себя не причисляем ни к какому лагерю — «без всяких левых и правых» — «но не можем сочувствовать многим вожделям охранителей». Редакция обещала «всестороннее обсуждение вопросов и нужд местного края». Особо подчеркивалось, что «Вестник» будет выходить «по программе больших столичных газет». Читателям гарантировалась возможность «следить за всеми выдающимися событиями обширного Оренбургского края и соседних с ним местностей, а равно и за событиями жизни общественной и заграничной» [16, 177]. В том числе для этих целей с 17 декабря 1906 г. в «Оренбургском вестнике» началась публикация телеграмм Петербургского телеграфного агентства. В последнем номере было помещено объявление,

что издание приостанавливается, редакция вошла в соглашение с редакцией газеты «Простор», которой и будут удовлетворены подписчики «Оренбургского вестника» [16, 177].

Ежедневная общедоступная политическая, литературная и общественно-экономическая газета «Простор» была зарегистрирована 21 июня 1906 г., а № 1 вышел ровно через 7 месяцев, 21 января 1907 г., издавалась в течение 2 месяцев и 14 дней (редактор А. В. Афиногенова — член Союза борьбы за освобождение рабочего класса, с № 36 — В. И. Скакунов — член комитета ремесленно-приказничьего района Оренбургского комитета РСДРП, один из «самых деятельных и влиятельных» ее членов». Издание появилось на местном рынке прессы в связи с началом выборной кампании во II Госдуму, о чем сама редакция «Простора» сообщила читателям [17, 1]. Избирательная кампания шла на фоне продолжающейся революционной борьбы. Отказавшись от бойкота высшего законодательного государственного органа, большевики решили использовать думскую трибуну в интересах освободительного движения. В «Просторе» социал-демократы уже открыто показали свое участие. Согласно постановлению группы РСДРП от 23 февраля 1907 г. организация «в лице всех ее сил примет участие в газете «Простор» при условии вхождения в редакционный комитет представителя организации с правом veto на все статьи руководящего характера» [18].

Главная тема 52 номеров «Простора» — Дума. Первый месяц деятельности в газете шли материалы, посвященные избирательной кампании, в которой социалисты поддерживали левых кандидатов. Для социал-демократов было важно, чтобы в представительный законодательный государственный орган прошло как можно больше депутатов от РСДРП. Такую же цель ставил перед собой редакционный коллектив «Простора». Газетную площадь занимали агитационные материалы за выборы депутатов от единственной партии, способной защитить права трудящихся. Постоянно публиковались открытые призывы голосовать именно за социал-демократов, доказывалось, что только они всецело за рабочих, крестьян, казаков, солдат и вместе с ними до конца в кровавой борьбе с царизмом. И после выборов в каждом номере «Простора» думской тематике отводилось основное место и внимание, по сравнению с другими вопросами. Редактор В. И. Скакунов с № 36 ввел на страницы «Простора» казачий вопрос. Этой важнейшей в то время темой посвящено немало резонансных материалов в 16 последних номерах издания. На страницах «Простора» работали рубрики «обкатанные» еще в «Степи»: «Политическое обозрение», «По России», «Местная хроника», «Последние известия (вести)», «Из жизни окраин», «Из жизни партий», «Казачья жизнь», «Справочный отдел». Появились и новые рубрики: «Железнодоро-

рожный отдел», «Железнодорожная жизнь», «Мещанская жизнь», «Хроника рабочего и профдвижения», «Рабочее и профсоюзное движение», «Иностранная жизнь», «Жизнь за границей», «Из быта служащих», «Из быта приказчиков». На смену рубрикам «Степи»: «Рабочие», «Крестьяне», «Казаки», «В войсках» пришли — «Настроение деревни», «Из крестьянских разговоров», «Военный о военно-полевых судах». Но больше всего рубрик и заголовков посвящено Думе: «К избирателям», «Выбор выборщиков», «Наказ Челябинским выборщикам», «Биографии членов Госдумы Оренбургской губернии», «Из итогов выборов», «Дума о Думе», «Около Думы», «Из зала Думы», «Канцелярия Думы», «Государственная Дума», «Дума и бюрократия» и т.д.

Также, как в «Степи», с первого номера «Простора» была четко организована подписка на издание. Кроме конторы газеты она принималась в книжных магазинах «Степь», «Польза», Шагидулина и магазине Шанина (в № 1 указывалось еще и общество трезвости) [19, 1]. Однако ни четкая организация деятельности «Простора», ни творческий состав редакции не спасли газету: власти арестовали одного за другим редакторов «Простора», а само издание было приостановлено по решению окружного суда. Но социал-демократы не допустили перерыва в выходе постоянного издания. Это была еще одна победа Оренбургского комитета РСДРП и доказательство того, что «Степь» и «Простор» — звенья одной цепи. С № 43 за 24 марта 1907 г. редакция «Простора» начала издавать газету в типографии Г. М. Мильберга, в которой до своей приостановки 1 октября 1907 г. печаталась «Степь». Таким образом, 4 апреля 1907 г., когда вышел в свет последний номер «Простора», в той же типографии Г. М. Мильберга, по тем же «лекалам», те же мастера верстали № 122 «Степи», который вышел 5 апреля 1907 г.

Апрельская «Степь» 1907 г. во многом идентична «Простору». Поменялся лишь заголовок газеты. Думаем, редакция сознательно не возвращалась к первоначальному оформлению «Степи»: для удобства и скорости верстки, чтобы не травмировать и не вводить в заблуждение читателей, которые были уверены, что апрельская 1907 г. «Степь» — это продолжение «Простора». Тем более что в № 123 «Степи» под логотипом во всю ширину первой полосы редакция разместила сообщение о приостановке издания газеты «Простор», открыто заявив, что она его преемница. Этот факт подтверждает и то, что редакция «Степи» на 1 странице того же № 123 полностью воспроизводит рекламу, публиковавшуюся в «Просторе» с № 49: «От редакции. Открыта подписка с 1-го апреля. Помещение редакции и конторы с 1 апреля переводится в дом Тимофеевых, угол Орской и Успенской улиц» [20, 1]. Заметим, название газеты отсутствует, то есть по этому адресу находилась редакция «Простора» и апрельской 1907 г. «Степи», и подписка ве-

лась на постоянное издание. Это вновь говорит о продуманности политики РСДРП в отношении этих двух боевых газет, пусть не названных печатными органами партии, но очень важных для нее идейных отголосков широких масс.

Семь вышедших в апреле 1907 г. номеров «Степи» были по сути продолжением «Простора» по оформлению, содержанию, стилю, были сохранены многие рубрики газеты Н. А. Афиногенова. В частности, в «Степь», в той же верстке, перешли рекламы подпски, «Ищу работу», магазина «Степь», материал «По старому вопросу» (продолжение см. № 51 «Простора») [21, 2] и т.д. С № 122 «Степи» и далее много рекламы, объявлений. Это тоже заслуга «Простора». И внешне «Степь» № 122–128 похожа на «Простор» № 48–52, хотя возглавляли коллектив «Степи», как и полгода назад, — редактор А. А. Шнееров, издатель А. И. Калмыков. Говорит это о том, что создатели газет не знали, сколько власти разрешат изданию существовать на рынке прессы. Приостановка и закрытие оппозиционных газет происходили внезапно. Оповестил своих читателей только достаточно нейтральный «Оренбургский вестник». Поэтому не было смысла ломать верстку «Простора», возвращаться к оформлению прежней «Степи». Требовалось сохранить постоянное издание, не потерять подписчиков. Редакция «Степи» нашла возможность вернуть газету в строй, но, как оказалось, лишь на 7 номеров. 12 апреля 1907 г. вышел последний № 128 «Степи».

В период революции 1905–1907 гг. периодика была единственным серьезным источником информации о событиях, происходящих в стране. Понимая это, П. А. Столыпин, став председателем Совета министров Российской империи 8 июля 1906 г., потребовал составить для него список газет с указанием степени их распространения и размеров приносимого ими вреда [22, 16]. Согласно циркуляру МВД от 22. 01. 1907 г. среди 553, включенных в «черный список» изданий, не подлежащих доставке в волостные правления, по Оренбургской губернии были указаны «Оренбургский листок», «Наш край», «Оренбургская вечерняя почта», «Степь». Хотя к тому времени все они уже были закрыты, власти, по всей видимости, опасались возрождения газет, в том числе под другими названиями. Начальникам почтово-телеграфных округов было строго приказано эти издания не выдавать получателям на почтовых станциях [2, 50].

Ни «Степь», ни «Простор» власти не могли терпеть долго, всячески мешая их деятельности. Так, еще до выхода циркуляра планомерно и всеми способами старались уничтожить «Степь», активно распространяемую среди революционно настроенного населения губернии: около 30 раз арестовывали номера (только за июль 1906 г. было конфисковано 6 выпусков издания), неоднократно налагали штрафы, предприняли попытку разгрома непокорной редакции черносотенцами. И это принесло резуль-

таты: на № 121 за 1 октября 1906 г. газета без уведомления читателей была приостановлена. «Факел», жгущий ненавистных прихвостней самодержавия и зажигающий сердца простого народа, подхватили сначала «Оренбургский вестник», а с 21 января 1907 г. — «Простор». С теми же постоянством и жестокостью власти уничтожали и эти издания. Только через полгода «Степь» возродилась, но на очень короткое время. Скорее всего, произошло это потому, что издание было в «черном списке» газет, не подлежащих доставке в волостные правления. Дерзкая «Степь», сумевшая добиться самого широкого охвата различных категорий населения, была закрыта окончательно через штрафы, конфискацию номеров, попытку разгрома редакции черносотенцами, прекращение распространения издания по почте.

Почему продемонстрировав умение выводить на рынок прессы и финансировать легальные оппозиционные издания, дав жизнь 205-ти выпускам революционной периодики, социал-демократы не открыли новое издание? Скорее всего, год и почти два месяца (с момента закрытия «Оренбургского листка») беспрецедентной, непрекращающейся борьбы за выход в свет перманентной легальной оппозиционной газеты под разными названиями показал Оренбургскому комитету РСДРП, что дело это не только затратное, но и очень опасное. Необходимы были средства для издания и распространения немалых тиражей: на печатную агитацию уходило до одной четверти партийного дохода [1, 147]. Но могли пошатнуться финансовые дела комитета. В частности, в первой декаде августа 1907 г. из-за недостатка средств был закрыт магазин «Степь», о чем сообщила газета «Наш путь» в № 14 за 10 августа. К тому же за минувшие после приостановки «Степи» (1 октября 1906 г.) почти полгода, когда вместо нее выходили «Оренбургский вестник» и «Простор», власти серьезно проредили ряды авторов и профессиональных журналистов: они находились в тюрьмах, или укрывались от преследования властей⁷.

⁷ Афиногеновы — Антонина Васильевна с малолетним сыном — укрывались от преследования властей в станице Сломихинской, уехав из Оренбурга, В. И. Скакунов и Н. А. Афиногенов находились в тюрьме, П. Н. Столпянский после выхода на свободу из заключения в крепости уехал из Оренбурга, Л. Н. Сейфуллина ушла в актрисы и тоже уехала из Оренбурга. В «Просторе» и апрельской «Степи» не прослеживается псевдоним «Аксакал», хотя в «Оренбургской газете» (1908 г.) мелькнет псевдоним «А. Степной».

Таким образом, в силу складывающихся обстоятельств в 1907 г. социал-демократы перешли на нелегальную печать. В Оренбурге появились нелегальные партийные газеты: «Кузнец» и «Пахарь», издателем которых официально выступал оренбургский комитет РСДРП, левая — «Наш путь», издания эсеров — «Пробуждение» и «Оренбургский край» (выходил до 29 апреля 1907 г.), где могли быть напечатаны материалы, близкие по духу социал-демократам. Активно они сотрудничали с журналом профессионального общества оренбургских приказчиков и конторщиков «Еженедельник труда», где секретарем редакции работал член РСДРП, бывший редактор «Простора» В. И. Скакунов. Революционное движение между тем шло на спад.

ЛИТЕРАТУРА

1. Злобин Ю. П. История Оренбургская / Ю. П. Злобин. — Оренбург, 1996.
2. Сафонов Д. А. Периодика Оренбургского края. Первые сто лет / Д. А. Сафонов. — Оренбург, 2004.
3. Сафонов Д. А. Очаг оренбургской революции: печать революционных лет. Пробуждение. Революция 1905–1907 гг. в Оренбуржье / Д. А. Сафонов. — Оренбург, 1996. — С. 65.
4. Галиев В. З. Казахстан на страницах дореволюционной печати: «Сибирская газета», «Тургайская газета» / В. З. Галиев. — Алматы, 2001.
5. А. И. Матову — тюрьма. Оренбургский листок. — 1900. — № 39. — С. 2.
6. История Оренбургская. — Оренбург, 1996.
7. Степь. — 1906. — № 53.
8. Степь. — 1907. — № 123.
9. Открыта подписка. Степь. — 1906. — № 15. — С. 1.
10. ГАОО, ф. 10, оп. 3, д. 377, ч. 2, л. 339.
11. Новая газета. Степь. — 1906. — № 40.
12. Аксакал. Нами недовольны. Степь. — 1906. — № 33.
13. От редакции «Степи». Степь. — 1906. — № 58.
14. Амелин В. В. Религии Оренбургского края: систематическое описание. Т. 3. / В. В. Амелин, Д. Н. Денисов, К. А. Моргунов. — Оренбург, 2020.
15. Новая оренбургская газета. Степь. — 1906. — № 117.
16. ГАОО. Ф. 21. Оп. 2. Д. 360. Л. 17 об.
17. Простор. — 1907. — № 1.
18. ГАОО. Ф. 21. Оп. 2. Д. 266. Л. 11.
19. Простор. — 1907. — № 1.
20. От редакции. Степь. — 1907. — № 123.
21. По старому вопросу. Степь. — 1907. — № 123. — С. 2.
22. Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX века. / С. Я. Махонин. — М., 2004.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И НОВЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

И. В. Сибиряков, О. В. Перезовова

*Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет)*

Поступила в редакцию 22 июня 2023 г.

Аннотация: в современном медиаполе экологическая информация сохраняет особую актуальность, т.к. она напрямую влияет на формирование экологического мышления молодежи, определяет поведенческие установки и намерения. Необходимо понимать, каким образом происходит процесс воздействия на молодежное сознание, как экологическая повестка СМИ становится инструментом прайминга и фрейминга. В статье представлены некоторые методы исследования медиаэффектов, создаваемых современными СМИ и попытка их методологического обоснования.

Ключевые слова: СМИ, экологические проблемы, восприятие информации, медиаанализ, новые медиа, экологическая повестка, медиатекст, экоконтент.

Abstract: in today's media field environmental information retains special relevance, as it directly affects the formation of environmental thinking of young people, determines the behavioral attitudes and intentions. It is necessary to understand how the process of influencing the youth consciousness occurs, how the environmental agenda of the media becomes a tool of priming and framing. The article presents some methods of research of media effects created by modern media and an attempt of their methodological justification.

Keywords: media, environmental issues, information perception, media analysis, new media, environmental agenda, media text, eco-content.

Появление новых информационных технологий и стремительное развитие искусственного интеллекта заметно ускорили процессы трансформации, происходящие в современном социуме. Меняются не только скорость и объемы передаваемой информации, меняются механизмы взаимодействия человека и новых информационных потоков. Меняется и место средств массовой информации в жизни общества, и сами эти средства массовой информации [1]. С 1990-х гг. «средства массовой информации сигнализируют о существенных изменениях в том, как люди получают доступ к информации и взаимодействуют с ней» [2].

«Новыми медиа», по мнению С. Г. Носовца, следует называть «высокотехнологичные интерактивные интернет-медиа, обладающие потенциалом гипермедийности и мобильного доступа к контенту». Переходным этапом от классических средств массовой информации XX в. к новым СМИ являются электронные версии газет, журналов, телевизионных и радиоканалов, размещенные в интернете, а также социальные сети, телеграм-каналы, чат-боты.

Для изучения новых средств массовой информации необходимы новые современные методы исследова-

ния, поиск которых ведут ученые самых разных стран мира [3–6].

Для многих из них очевидно, что методологическая база исследования современных средств массовой информации должна формироваться с учетом специфики тех проблем, которые оказываются в центре внимания новых СМИ. Особое место среди этих проблем в последнее время занимают экологические проблемы [7]. Большой интерес различных групп социума к экологическим проблемам, на наш взгляд, связан с тремя основными факторами.

Во-первых, с растущим пониманием важности состояния окружающей среды не только для сохранения здоровья населения, но и для успешного экономического, социального развития как отдельных регионов, так и государства в целом. Во-вторых, с сильным психологическим воздействием, которое оказали на различные группы населения, масштабы крупнейших экологических катастроф еще XX в., а также локальные аварии и чрезвычайные происшествия, которые произошли уже в начале XXI в.

В-третьих, с быстрой политизацией экологической проблематики, превращающей вопросы экологии в эффективный инструмент политической борьбы.

Если для изучения многих политических и социальных процессов, происходящих в современном социуме и освещаемых в интернет-журналистике, исследователи сумели разработать некоторые теоретические модели [8] и даже модифицировали свой

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 23-18-20090, <https://rscf.ru/project/23-18-20090/>).

«старый» методологический инструментарий [9], то с исследованием экологической проблематики в новых средствах массовой информации остается большое количество вопросов, механизм решения которых пока не выглядит очевидным. Ситуация осложняется тем обстоятельством, что развитие новых средств массовой информации в России, Китае, США, европейских странах идет в разном политическом контексте, что заметно усложняет процесс использования зарубежных методик отечественными специалистами.

С учетом этих и ряда других обстоятельств, авторы данной статьи поставили перед собой в качестве главной задачи анализ тех методов научного исследования, которые могут использоваться при изучении экологических проблем, представленных в новых средствах массовой информации.

Региональный уровень исследования данной проблемы объясняется в первую очередь тем, что именно на уровне отдельных регионов интерес населения к экологическим проблемам носит особенно эмоциональный и болезненный характер, что, в свою очередь, объясняет особый интерес к этим проблемам со стороны средств массовой информации, кстати, не только региональных, но и федеральных. О том, как федеральные СМИ используют медиазффекты праймтинга и фреймтинга в региональной повестке очень хорошо показали в своих исследованиях С. С. Распопова и А. Н. Павлова [10]. О том, как экологическая проблематика отражается в южноуральских средствах массовой информации (на примере сетевого издания «Губерния — Южный Урал») в свое время писала Е. А. Щербинина [11]. Некоторые особенности экологической культуры региона исследовали Л. Б. Зубанова, Н. О. Обжорина, С. Б. Синецкий и целый ряд других авторов [12].

Кроме того, при освещении региональных экологических проблем большое значение имеет скорость передачи информации. Очевидным преимуществом в этой области обладают именно новые средства массовой информации, которые гораздо оперативнее освещают любые экологические происшествия и ЧП.

Наконец, региональный уровень исследования позволяет более глубоко анализировать не только объективные, но и субъективные причины возникновения некоторых процессов в современной информационной среде.

Выбор Челябинской области в качестве региона на базе которого проводится исследование связан с особой остротой региональных экологических проблем, наличием необходимой для исследования эмпирической базы, опытом проведения местных региональных исследований по другим актуальным проблемам.

В качестве базовых методов данного исследования, наряду с общенаучными методами (синтез, индукция и др.), были выбраны методы: дискурс-

анализа, системно-типологического анализа и нейромаркетингового анализа.

Эмпирическую базу исследования составили материалы, посвященные экологической проблематике и размещенные на региональных ресурсах, позиционирующих себя в качестве интернет-СМИ (сайты: «74.ru», «Наш Челябинск», «Челябинск-Мир74», «Деловой квартал» и др.), так и на других ресурсах, предлагающих контент журналистского характера («Южноуральская панорама» и др.), а также в социальных сетях: «Одноклассники» (группа «Экология и природа», «Зеленый Челябинск» и др.) и «ВКонтакте» (группа «Экология и мы», «Экология Южного Урала» и др.), в нескольких телеграм-каналах («Челябинский ингалятор», «Эко-Standart» и т.д.).

В результате исследования различных материалов, посвященных экологическим проблемам Челябинской области и размещенных на ресурсах современных региональных интернет-СМИ, в социальных сетях и в телеграм-каналах, в результате изучения современной научной литературы, посвященной процессам, происходящим в новых средствах массовой информации, мы пришли к следующим выводам.

Для исследования ключевых особенностей освещения региональных экологических проблем новыми средствами массовой информации можно использовать те исследовательские приемы и практики, которые использовались при изучении традиционных средств массовой информации в конце XX — начале XXI вв.

Однако они должны быть модернизированы с учетом ряда тенденций, которые уже достаточно ярко проявились в развитии новых отечественных средств массовой информации.

Среди главных таких тенденций:

а) резко возросшая скорость передачи информации (особенно в ситуации экологической аварии или ЧП), что часто приводит к искажению (преднамеренному или непреднамеренному) информации;

б) искусственная индивидуализация каналов получения и передачи информации (что заметно увеличивает возможности манипулирования этой информацией);

в) «информационная усталость», которая все чаще проявляется (пусть и по-разному) у разных групп населения и возникает от большого количества избыточной информации, которая не может быть строго верифицирована.

Эти и целый ряд других обстоятельств требуют более активного использования методов, позволяющих осуществить не только качественный, но и количественный анализ структурных единиц медиатекстов (например, не только дискурс-анализ, но и контент-анализ). Однако именно здесь возникает серьезная проблема вычленения таких единиц и автоматизации процесса их подсчета. В этой проблеме наиболее ярко проявляются главные особен-

ности медиатекстов, которые оказывают влияние на потребителя не только через традиционные вербальные конструкции, но и через визуальные образы, звуковые образы и т.д., для которых характерен динамичный характер и индивидуализированное восприятие.

Кроме того, при глубоком исследовании медиатекстов возникает необходимость выявить не только те образы, которые официально презентует автор текста, но и те, что могут возникнуть в сознании потребителя информации вне зависимости от первоначального желания автора.

Речь идет о взаимодействии, предложенной автором информации с теми представлениями и образами, которые существуют у потребителя информации и сформировались на разных этапах развития его личности. Для выявления и анализа таких образов и представлений необходимо использовать семиотический, герменевтический, конструктивистский методы.

В качестве базового концепта для исследования в таком случае выступает концепт «культурный код». О его сложной структуре и методах исследования подробно пишут М. Ю. Гудова и М. Юань [13]. Им же принадлежит очень важное определение понятие «культурный код», которое может использоваться в журналистике, филологии, медиакоммуникации. Культурный код «может пониматься и как система архетипов коллективного бессознательного культуры, и как система осмысленных в культуре переживаний, и как система устойчивых художественных приемов и мнемотехник».

Для исследования ключевых особенностей освещения региональных экологических проблем новыми средствами массовой информации можно использовать методы, которые активно применяются представителями естественных наук (в первую очередь медицины, биологии и др.), что позволит существенно деполитизировать исследование, придав ему более объективный характер. Это особенно важно при исследовании медиатекстов, посвященных экологическим проблемам, в которых, кроме всего прочего, присутствует значимая эмоциональная составляющая, выраженная через соответствующие визуальные образы и вербальные конструкции.

Не исключено, что уже в самом ближайшем будущем они будут дополнены звуковыми элементами, как это происходит в видеоматериалах, и элементами, позволяющими создать необходимые для автора текста тактильные ощущения и ощущение соответствующих запахов. Все это сделает анализ таких сложно структурированных медиатекстов очень трудной исследовательской задачей.

Одним из наиболее перспективных направлений решения этой задачи могут стать методы, применяемые при проведении нейромаркетинговых исследований, так как именно они позволяют выявить осо-

бенности восприятия экологической информации представителями молодежной аудитории именно на физиологическом уровне.

Большое исследование по данной проблематике проводится сейчас в Южно-Уральском государственном университете (г. Челябинск). В его основе лежит предположение о том, что многие реакции потребителя медиатекстов экологической проблематики определяются спецификой организации мозга человека и могут быть исследованы с помощью айтрекинга (регистрация направления взгляда, размера зрачка и длительности задержки взгляда), а также иных методов, активно применяемых в современной психологии или биологии.

Среди других инструментов, которые находятся в распоряжении специалистов по нейромаркетинговым исследованиям, можно выделить особо метод измерения электрического сопротивления кожи (для выявления повышенного потоотделения), функционально-магнитную томографию, электроэнцефалографию.

Возможно и более активное использование в исследованиях, посвященных экологической проблематике, традиционных математико-статистических методов, таких как выборочный метод, анализ временных рядов и др.

Для исследования ключевых особенностей освещения региональных экологических проблем новыми средствами массовой информации можно использовать методы, которые в последние годы активно применяют представители социально-гуманитарных наук (историки, филологи, философы и др.).

Например, проблемно-хронологический, компаративистский или историко-генетический методы, позволяющие увидеть исторический контекст возникновения той или иной экологической проблемы в регионе, ее взаимосвязь с другими социальными или экономическими проблемами, этапы развития, а значит, лучше понять причины появления того или иного материала в региональных новых средствах массовой информации, выбор автором формы подачи этого материала, последствия публикации.

Наиболее перспективным для исследования ключевых особенностей освещения региональных экологических проблем новыми средствами массовой информации нам представляется путь создания индивидуальной комбинированной методологической модели исследования, которая будет интегрировать различные методы, раскрывая наиболее полно исследовательский потенциал каждого из них применительно к конкретному предмету и объекту исследования.

Теоретической основой такого исследования может стать теория фрейминга, в разработке которой в последние годы активное участие принимают специалисты в самых разных областях гуманитарного знания от политологии до журналистики [14–15].

Однако, признавая необходимость разработки новых методов для исследования феномена новых средств массовой информации, на наш взгляд, не следует забывать очень важную мысль в свое время высказанную И. Д. Ковальченко. «Методы исследования являются тем наиболее динамичным компонентом науки, который движет ее вперед. Вместе с тем они имеют в науке непреходящее значение. Появление новых методов, как правило, приводит к изменению соотношения и роли старых и новых методов, а не к утрате первыми всякого значения. Поэтому, в отличие от конкретно-фактического арсенала науки и содержательно-концептуальных представлений об объекте познания, подверженных, особенно в современную эпоху, быстрому обновлению, методы исследования отличаются наибольшей «живучестью» [16].

Таким образом, широта и многообразие современных методов исследования экологических медиатекстов в СМИ позволяют не только выявлять психологические и лингвистические особенности их восприятия аудиторией, но и выявить специфику регионального фреймирования, систематизировать проблемы интерпретации и жанровые особенности экоконтента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитровский А. Л. Теории журналистики: почему они «не работают»? (проблема синергетического подхода к журналистским явлениям) / А. Л. Дмитровский // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — № 1. — С. 36–56.
2. Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия / С. Г. Носовец // Коммуникативные исследования. — 2016. — № 4 (10). — С. 45–47.
3. Микаелян Д. А. Современные интернет-СМИ как разновидность аудиовизуальных СМИ / Д. А. Микаелян // Новые информационные технологии в науке: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Казань, 13 мая 2019 года. — Казань, 2019. — С. 61–65.
4. Назметдинова И. С. «Новые СМИ» в современном медиадискурсе / И. С. Назметдинова, С. Э. Лебедева // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. — 2018. — № 4 (100). — С. 77–87.
5. Ромашова И. П. Корпоративные СМИ как новые медиа / И. П. Ромашова // Коммуникативные исследования. — 2015. — № 3 (5). — С. 43–47.
6. Филаткина Г. С. Установление повестки дня и теория фрейминга: обзор романо-германских исследований / Г. С. Филаткина, Д. М. Вьюгина, Д. А. Бабына // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — № 3. — С. 473–488.
7. Лебедев К. Н. Экологическая журналистика в современных российских медиа / К. Н. Лебедев. — Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017033258> (дата обращения: 14.06.2023).
8. Шевелева И. А. Лингвистический подход к исследованию интернет-журналистики в парадигме современных медиаисследований / И. А. Шевелева // Вестник Самарского государственного университета. — 2010. — № 3 (77). — С. 140–146.
9. Сидоров В. А. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения / В. А. Сидоров // Гуманитарный вектор. — 2021. — № 4. — С. 117–125.
10. Распопова С. С. Медиаэффекты прайминга и фрейминга в региональной повестке федеральных СМИ / С. С. Распопова, А. Н. Павлова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 3 (29). — С. 73–82.
11. Щербинина Е. А. Экологическая проблематика в средствах массовой информации Челябинской области (на примере сетевого издания «Губерния — Южный Урал») / Е. А. Щербинина // Медиасреда. — 2017. — № 12. — С. 316–320.
12. Зубанова Л. Б. Экологическая культура региона: методика, диагностика, результаты / Л. Б. Зубанова, Н. О. Обжорина, С. Б. Синецкий и др. — Челябинск, 2018.
13. Гудова М. Ю. Концепт «культурный код»: уровни значения / М. Ю. Гудова, М. Юань // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2022. — № 4. — С. 151–159.
14. Казаков А. А. Фрейминг медиатекстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок / А. А. Казаков // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер.: Социология. Политология. — 2014. — № 4. — С. 85–90.
15. Пономарев Н. Ф. Фрейминг медиапостов дня и типология медиафреймов / Н. Ф. Пономарев // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2010. — № 3. — С. 62–67.
16. Ковальченко И. Д. Методы исторического исследования / И. Д. Ковальченко. — М.: Наука, 2003. — 485 с.

*Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет)
Сибиряков И. В., доктор исторических наук, профессор
кафедры отечественной и зарубежной истории
E-mail: sibirakoviv@susu.ru*

*Перевозова О. В., кандидат педагогических наук, доцент
кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью
E-mail: perevozovaov@susu.ru*

*South Ural State University (National Research University)
Sibiryakov I. V., Doctor of History, Professor of the National
and Foreign History Department
E-mail: sibirakoviv@susu.ru*

*Perevozova O. V., Candidate of Pedagogics, Associate Professor
of the Journalism, Advertising and Public Relations
E-mail: perevozovaov@susu.ru*

СОВЕТСКОЕ ЗАЗЕРКАЛЬЕ: ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В ОТРАЖЕНИИ РЕКЛАМНЫХ ПОЛОС «ВЕЧЕРНЕЙ МОСКВЫ»

Н. В. Старых

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 10 июня 2023 г.

Аннотация: статья посвящена анализу рекламных полос газеты «Вечерняя Москва» в период с 1923 г., момента основания газеты, по 1985 г., завершающий советскую эпоху. Рекламная политика газеты и система рекламных жанров интерпретируются в социокультурном контексте — как отражение советской повседневности и бытовой срез исторических циклов развития СССР.

Ключевые слова: советская реклама, реклама в прессе, газета «Вечерняя Москва».

Abstract: the article is devoted to the analysis of the advertisement pages of the “Evening Moscow” newspaper of the period of 1923, when the newspaper was founded, to 1985, ending of the Soviet era. The advertising policy of the newspaper and the system of advertising genres are interpreted in a socio-cultural context as a reflection of Soviet everyday life and a domestic state of the historical cycles of the USSR development.

Keywords: the Soviet Advertising, Newspaper Advertising, the newspaper “Evening Moscow”.

Проблема и актуальность исследования. До сих пор среди исследователей существует скепсис по отношению к самому факту существования рекламы в СССР. В своих аргументах они исходят из убеждения, что реклама — это инструмент конкуренции, рыночной, политической или иных социальных институций. Следуя этой логике, социалистическое государство с тоталитарным политическим режимом и плановой экономикой в рекламе не нуждалось. Однако если рассматривать рекламу в широком культурологическом контексте, ее функциональная сущность состоит в управлении поведением людей в соответствии нормами, поддерживающих целостность и устойчивое развитие общества. В данном контексте не имеет значения, о каком типе общества идет речь — об архаических сообществах или современных, развивающихся в различных идеологических парадигмах.

В настоящее время мы наблюдаем уверенное развитие нового типа общественной организации — «глобальной деревни», предсказанной канадским культурологом Г. М. Маклюэном. Для этого имеются практически все предпосылки. Экономические ресурсы глобального сообщества обеспечиваются транснациональными корпорациями и глобальными брендами, заинтересованными в стирании национальных государственных границ. Политические силы глобального сообщества представляют набирающие силу неправительственные организации. Технологическая база — это интернет, пространство, платформа, способная обеспечить коммуникационные процессы между любыми субъектами планеты.

Несмотря на всё перечисленное, перспективы глобального сообщества по-прежнему неопределенные, так как важнейший фактор — социокультурный — вряд ли можно назвать благоприятствующим формированию глобального социального пространства. В единое социокультурное пространство людей объединяет сходная картина мира, то есть совместно разделяемые ценности и смыслы, которые проявляются в речевой практике. Пока глобалистам мир представляется Вавилонской башней, поделенным на множество национальных государств, с социально-психологическими паттернами, делящих людей на «Свой — Чужой», с разными представлениями о мироустройстве и представлениями о справедливости, о гендерных ролях, с разным отношением к власти и к неопределенности, с разным горизонтом планирования своей жизни.

Реклама глобальных брендов позволяет нам наблюдать, как ведется работа над этой проблемой. Неправительственные организации инициируют проектирование нового языка, который определяется сходной с СССР идеологической установкой, с одной стороны, на стандартизацию экономических, политических и социокультурных процессов, с другой — на формирование духовно развитой личности. Разница состоит в том, что глобалисты в начале пути, а СССР этот путь прошел. Итог этого пути можно оценивать по-разному. Однако проект формирования советского человека как нового типа личности был реализован — в условиях этнически неоднородного социального пространства, объединявшего 15 союзных республик. Большинство из нас, людей с советской биографией, могут это подтвердить.

Советский тезаурус вновь может быть востребован. Полезно вспомнить опыт коммуникации, направленной на формирование социокультурной среды в СССР. Разумеется, интерес представляют не идеологические концепты, но представления о мироустройстве, организующие повседневную жизнь советских граждан. Реклама, специализирующаяся на коммуникационном обслуживании бытового уровня в жизнедеятельности социума, представляет собой богатейший источник объективных знаний о советской повседневности.

Степень научной разработанности темы. Как было указано выше, большинство современных исследователей придерживаются узко-маркетингового понимания рекламы как инструмента конкуренции за ограниченные ресурсы рыночно устроенных институций, поэтому интерес к истории советской рекламы до сих пор невысокий. Кроме того, и в советские времена реклама не часто становилась предметом научной рефлексии, поскольку воспринималась как вторичное и бездуховное ответвление в массовой культуре. Поэтому исследования рекламы советского периода требуют основательного погружения в архивные материалы, что осложняется доступностью архивов, требует специальных навыков и затратно по времени.

Ключевые исследования по истории советской рекламы связаны с именем заслуженного профессора МГУ им. М. В. Ломоносова В. В. Учёновой и ее научной школой. В первую очередь, это фундаментальный научный труд «История отечественной рекламы. 1917–1990» [1]. Кандидатская диссертация ее ученика К. В. Конаныхина посвящена отечественной рекламе 1930-х гг. и полностью выстроена на архивных материалах [2]. Интерес научного сообщества вызвала публикация автора этой статьи, в которой рассматриваются перипетии развития советской телевизионной рекламы [3]. Хотелось бы также отметить учебное пособие А. П. Грицука [4], подготовленное для студентов МГУ печати. В нем приводится много интересных фактов, связанных с организацией рекламных кампаний в годы так называемого «советского застоя». Интересный курс по истории отечественной рекламы читается в Псковском университете [5]

Методика исследования. Эмпирическим материалом для исследования послужили архивные подшивки «Вечерней Москвы» с момента её основания 6 декабря 1923 г. до 1985 г., с которого начинается отсчет нового вектора в развитии Отечества. При формировании выборки отбирался каждый первый октябрьский номер за каждый год. Правда, этот принцип не всегда удавалось выдерживать — по причине плохой сохранности архивов. То, что удавалось найти, автор сохранял в собственное облачное хранилище. В тексте статьи приводятся ссылки на рекламные тексты из архива автора.

Результаты исследования.

1921–1929: НЭП

С окончанием Гражданской войны (1918–1920) молодое советское правительство, оценивая свой первый опыт, открыто признает ошибки в экономической политике. На смену военному коммунизму приходит НЭП, продлившийся почти десятилетие. С либерализацией экономики была реабилитирована также и коммерческая реклама. Дореволюционный лозунг Людвиг Метцеля, создателя первого в России рекламного агентства, вновь становится актуальным: «Реклама — двигатель торговли».

Тех, кто душой и сердцем был предан Революции, такой разворот к прошлому приводил в отчаяние. Однако переживания были напрасными. Институт советской рекламы закладывается на принципиально новом фундаменте. Советское правительство берет на вооружение самую передовую для того времени идею «научного управления» с опорой на централизацию и стандартизацию. Стандартизация в 1920-е гг. пока еще не так заметна при просмотре рекламных полос периодики, хотя все предпосылки уже имеются. В 1922 г. высший Совет Народного Хозяйства начинает издавать «Торгово-промышленную газету» и создает Центральное управление печати и промышленной пропаганды при Президиуме ВСНХ (ЦУП), которому принадлежит монопольное право развески всякого рода реклам по всем фабрикам, заводам и предприятиям ВСНХ. Наркомат путей сообщения создал агентство «РекламТранс», которому принадлежит монопольное право расклейки рекламы на железнодорожных станциях и в вагонах. В декабре 1922 г. газета «Экономическая жизнь», орган Совета Труда и Обороны, организует в рамках своей структуры контору «Двигатель», которая становится ведущим центром распространения торгово-промышленной рекламы. По образцу «Экономической жизни» начинают создаваться рекламные отделы и в других печатных периодических изданиях. 6 декабря 1923 г. была основана газета «Вечерняя Москва» как орган Моссовета. Уже с первых номеров, «Вечерка» начинает публиковать рекламу («ВМ», 1926-Х-Х, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/Cqep5UyA6sbMQg>). Причем, как и в дореволюционной прессе, рекламные объявления выносятся даже на первую полосу («ВМ», 8 декабря 1923 года, 1 полоса // <https://disk.yandex.ru/i/NY6khwuNiOU2-Q> «ВМ», 1 октября 1927 г., <https://disk.yandex.ru/i/yINSrFzCTQLd2A>).

С окончанием НЭПа такого в советской периодике больше не повторится. Более того, реклама будет изгнана из пространства центральной общественно-политической прессы и сохранится лишь в местных городских и вечерних газетах, либо уйдет в рекламные приложения и специальные рекламные бюллетени.

В 1920-е гг. внешний вид рекламных полос нередко напоминает дореволюционную массовую прессу. Это и модульные объявления вышедших из подпо-

ля предпринимателей: зубная паста «Хлородонт» («ВМ», 1926–11-Х, 4 полоса // https://disk.yandex.ru/i/z_PDKT4IrxUQsA), карманный автомат — карандаш-ручка «Атлас» («ВМ», 1924–11-Х, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/mHAokspTjP-Zwg>), пудра-крем «Анго», объявления частной Мясницкой лечебницы («ВМ», 1927–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/uLCBmOyuM2w4ng>). Имеются частные объявления в формате классифайд: купля-продажа, объявления о найме и сдаче жилья, предложения частных уроков и других услуг от частных лиц («ВМ», 1926–10–8, 6 полоса // <https://disk.yandex.ru/i/KVspWPS1w1uXlW>; ВМ 1926–11-Х, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/z_PDKT4IrxUQsA).

Однако имеются приметы нового.

Во-первых, пропорции коммерческих объявлений существенно скромнее по сравнению с рекламой, продвигающей духовное: театры и зрелища постоянный и объемный раздел в «Вечерке» («ВМ», 1926–11-Х, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/z_PDKT4IrxUQsA; 1926–10–18, 6 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/KVspWPS1w1uXlW>).

1. Советское правительство держит курс на выращивание новой породы людей, с приоритетом духовных ценностей.

2. Во-вторых, на полосах выделяется реклама гострестов и потребительских кооперативов («ВМ», 1923–12–12, 3 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/fKQUkmrEwOJceg>; 1926–11-Х, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/z_PDKT4IrxUQsA). Кооперативная торговля — это тоже своего рода социальная лаборатория по воспитанию нового человека. Советская власть продолжала возлагать надежды на гражданскую самоорганизацию в экономической жизни, поскольку в советском будущем нет места эксплуататорам и эксплуатируемым! Собственность должна принадлежать объединениям граждан, которые из небольших взносов создают финансовый фонд, необходимый для запуска и функционирования бизнеса. Руководители такого предприятия избирались на общем собрании коллектива собственников. Кооперативы получали всяческие государственные преференции. Мало кто из россиян не знает знаменитый Моссельпром, рекламу которому делали В. Маяковский и А. Родченко («ВМ», 1924–12-Х, 3 полоса, *Кафе Моссельпрома*, <https://disk.yandex.ru/i/pjU4sdSljsQlWA>; 1928–10–01, 4 полоса, *Моссельпром. Толстые сигареты АЛИ*, <https://disk.yandex.ru/i/qwHH3ztwO232gg>). Эта новая реклама выделяется на полосе даже дизайном — выполнена в стиле конструктивизма, с его рублеными геометрическими формами и воплощающем революционные идеалы смелого социального конструирования будущего.

1928–1940: план индустриализации и первые пятилетки

1928–1932 — годы первой пятилетки, направленной на выполнение планов превращения страны с аграрной экономикой в передовую индустриальную державу. Без выполнения этих амбициозных планов

судьба советского государства была под большим вопросом. Экономическое чудо могло свершиться при максимальном напряжении сил и работы всех институтов советского государства как хорошо отлаженной машины. Механистические бюрократии могут быть сверхэффективными при одном условии — стабильной внешней и внутренней среде. В обеспечении стабильности состояла задача рекламы 1930-х гг.

С 1929 г по 1935 г. в стране вводится карточная система распределения продуктов.

С начала 1930-х гг. в поисках денег на нужды индустриализации, государство выпустило ценные бумаги — облигации займа. Как сообщается в публикации Российского исторического общества, чтобы сделать облигации привлекательными для граждан, Правительство установило высокий процентный доход (8–10%) и свободную куплю-продажу облигаций в банках и обществах взаимного кредита [6]. Были размещены три займа индустриализации (1927, 1928 и 1929 гг.) и заем укрепления крестьянского хозяйства. Займы состояли обычно из двух выпусков: беспроигрышного и процентного. В процентных выпусках один выигрыш приходился в среднем на 12 облигаций. Каждая облигация беспроигрышного выпуска теоретически должна была выиграть в течение 10 лет. Тем не менее население не спешило приобретать облигации. Тогда облигации стали распространяться принудительно — путем навязывания при выдаче зарплаты рабочим и во время сдачи хлеба крестьянам.

Казалось бы, парадокс: зачем нужна реклама в условиях трудной жизни и дефицита? Ответ такой: задача внутрисоюзной рекламы 1930-х — в производстве иллюзий и в обеспечении социальной стабильности.

5 апреля 1931 г. А. И. Микоян в речи на I съезде работников кооперативной и государственной торговли сформулировал концепцию культурной торговли. В соответствии с партийными установками начинается перестройка всей рекламной отрасли.

Во-первых, происходит переформатирование организационной структуры рекламной отрасли по типу механистической бюрократии. Создаются структуры, ориентированные на внешнеторговую и внутреннюю рекламную пропаганду. Центр управления внутрисоюзной рекламой — Наркомат пищевой промышленности. Функции организации и сбора рекламы, размещения, введения новых видов рекламы выполняет Союзторгреклама, которая действует через подчиненные республиканские и союзные конторы.

Во-вторых, ключевыми медийными площадками для реализации культурной торговли стали показательные торговые площадки вроде ЦУМа, а также витрины, внутрисоюзные выставки, плакаты с их возможностями наглядной демонстрации.

Как эта ситуация отразилась на рекламных полосах московской «Вечерки»?

1. Реклама заняла свое скромное место на последних полосах газеты.

2. Дизайн рекламных полос стал сдержанным и стандартизированным. В основном объявления публиковались в формате классифайд. Устойчиво повторяется система рубрик: театры и зрелища, сегодня в кино, курсы, покупка и продажа, комнаты и квартиры («ВМ», 1929–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/3bXKvsrIDle-oQ>; 1930–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/YTZAxSnDZsU9gg>). В начале тридцатых исключение из правил составляют лишь рекламные модули — афиши зрелищ («ВМ», 1930–01–02, 4 полоса // <https://disk.yandex.ru/i/Uxca5TCyIlh4xA>).

3. К середине 1930-х гг. особый статус модульных объявлений начинает распространяться также на товарную рекламу — в рамках объявленной политики культурной торговли. Это печатные версии рекламных плакатов, утвержденных Союзторгрекламой: например, гастроном № 3 в здании гостиницы «Москва», «Союзгалантерея трикотажторга» («ВМ», 1936–10–01, 4 полоса // <https://disk.yandex.ru/i/f1dW55hXZLLSA>), какао-порошок «Экстра» («ВМ», 1937–10–01 // <https://disk.yandex.ru/i/Ym4TzA882I1j8Q>).

Особый статус имеют также объявления, информирующие о выигрышах по облигациям государственного займа («ВМ», 1928–10–01, 2 полоса <https://disk.yandex.ru/i/j-ZaeF80w7utqA>). Только для них делается исключение — нередко их размещают и на второй, и на третьей полосах.

1941–1953: Военное лихолетье и годы восстановления народного хозяйства

Казалось бы, какая реклама в суровые военные годы? Правильный ответ: реклама суровых времен.

1. Площадь рекламного пространства ужимается до подвала четвертой полосы («ВМ», 1942–10–01, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/lsGSKXt_GLUSww;1943-10-01,4полоса,https://disk.yandex.ru/i/B6o5G2cVyxGaw;1944-10-01,4полоса,https://disk.yandex.ru/i/uEzZ0afqkdO53w), а иногда — до малоприметной колонки в подвале четвертой полосы («ВМ», 1941–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/IXZi5UMY5gwrVQ>).

2. Первое, что бросается в глаза, кричащие объявления с жирным заголовком «требуются». Московские предприятия, которые в круглосуточном режиме работали на нужды фронта, остро нуждались в трудовых кадрах. Требовались каменщики, плотники, горные строители, газосварщики и т.п. А также преподаватели, которые обучат рабочим специальностям ребят, окончивших девять классов средней школы («ВМ», 1942–10–01, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/lsGSKXt_GLUSww).

3. Обращают на себя внимание объявления о защитах диссертаций и о конкурсах о замещении должностей в вузах страны. Это свидетельство повышенного внимания государства к научным кадрам («ВМ», 1942–10–01, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/lsGSKXt_GLUSww).

[GLUSww;1943-10-01,4полоса,https://disk.yandex.ru/i/B6o5G2cVyxGaw;1944-10-02,https://disk.yandex.ru/i/uEzZ0afqkdO53w;1948-10-01,4полоса,https://disk.yandex.ru/i/lpV_lFgmH9b5fw](https://disk.yandex.ru/i/GLUSww;1943-10-01,4полоса,https://disk.yandex.ru/i/B6o5G2cVyxGaw;1944-10-02,https://disk.yandex.ru/i/uEzZ0afqkdO53w;1948-10-01,4полоса,https://disk.yandex.ru/i/lpV_lFgmH9b5fw)).

4. Сохранилась реклама театров, концертов, кино. Правда, это, по преимуществу, шрифтовая реклама. Пусть и в ограниченном формате, но духовная пища так же, как и продуктовые карточки, помогала выживать в суровые времена.

5. Модульные объявления по выигрышным вкладам («ВМ», 1943–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/B6o5G2cVyxGaw>). В годы Великой Отечественной войны, а также послевоенные годы восстановления народного хозяйства — вплоть до 1957 г. — продолжали выпускаться облигации госзайма. За счет займов в годы войны было покрыто около 15% всех расходов на оборону.

Годы послевоенного восстановления — не менее тяжелые. И тем не менее, признаки мирного времени присутствуют.

6. Утвердившаяся норма для объема рекламной площади в четверть последней полосы исключала творческий подход в подаче объявлений. Чтобы обойти эти ограничения, «Вечерняя Москва» нередко складывает эти четвертинки в рекламную полосу, которая выходила раз в четыре дня. На полосы возвращаются модульные объявления театров, кино, цирка, а также товаров («ВМ», 1951–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/mcqC0nnnf-BxMw>).

7. Еще одна любопытная деталь обнаруживается при просмотре архивов газеты за этот период — объявления о разводах. В истории цивилизаций частная жизнь граждан нередко выносилась в публичное пространство. Например, в Древнем Риме. Философ Луций Анней Сенека сетует в письмах своему другу Луцилию, что в протогазете *Acta diurna populi Romani* времен Октавиана Августа, какой выпуск ни посмотри, везде натыкаешься на сообщения о разводе римских матрон. Женщины высшего сословия пользовались привилегиями свободного самоопределения, данные им от рождения, однако Сенека считал это признаком падения нравов. В конце 17 века в Англии, впервые после пуританского Средневековья, в публичное пространство выносятся брачные объявления. В течение нескольких следующих десятилетий брачная реклама обосновалась на полосах газет всех европейских столиц. Мотив иной — в духе эпохи Просвещения и формирующейся буржуазной морали. К созданию брачных союзов нужно подходить так же рационально, как к инвестициям в капитал, в здоровье. Брачная реклама — источник информации, позволяет оценить все варианты и сделать правильный выбор.

Каков мотив лежит в основе появления бракоразводных объявлений в советской «Вечерней Москве»? Это правительственное решение, и подобную практику ввели в стране в 1944 г., которая продлилась

вплоть до 1965 г. В основе такого решения — забота о нравственном здоровье общества. Разводы — это всегда признак социального неблагополучия. В послевоенные годы статистика разводов начала стремительно расти — чуть ли не в 1,5–2 раза по сравнению с предыдущим годом. Всею виной диспропорция полов и дефицит мужчин в брачном возрасте, вызванные сокрушительными демографическими последствиями Великой Отечественной войны. Решает эту проблему советское государство в привычном для него авторитарном стиле. Усложнилась процедура развода. Теперь бракоразводные дела было положено рассматривать только через суд, причем положительное решение выносилось исключительно в тех случаях, если у одного из супругов было диагностировано психическое заболевание либо он был осужден более, чем на три года тюрьмы или лагерей. Судебные издержки составляли 500–2000 рублей при средней заработной плате 400–700 рублей. Плюс к этому — общественное порицание. Суды не имели право принимать документы о разводе без публикации соответствующих объявлений в городских газетах («ВМ», 1948–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/lpVlFgmH9b5fw>) Как сообщается в спецвыпуске «Тайный Советник», «многие покупали «вечерку» специально из-за этих объявлений. Выискивали там имена своих знакомых или популярных артистов, известных в городе людей, а затем перемывали им косточки. Из-за этого московскую «вечерку» прозвали «Склокой», а ленинградскую — «Сплетницей» [7].

1953–1964: *Ommenель*

С легкой руки И. Эренбурга десятилетие с середины 1950-х до середины 1960-х гг. названо «оттепелью» — по контрасту с ледящей атмосферой последних лет сталинского правления. Этот период связан с именем первого руководителя страны Н. С. Хрущевым и рядом реформаторских начинаний, часть из которых продолжилась в следующем десятилетии, а часть оказалась прожектерством.

Несомненной заслугой Хрущева стало развенчание культа личности Сталина и реабилитация жертв необоснованных репрессий. Ослабление тотального идеологического прессы проявилось также в расширении контактов со странами Запада. В публичной политике не скрывался интерес к использованию передового зарубежного опыта, в том числе пропагандировались прогрессивные методы торговли. Профессиональные издания — журналы «Советская торговля», «Внешняя торговля», «Советская потребительская кооперация» регулярно публикуют обзоры западного опыта в сфере торговли: о самообслуживании в общественном питании, о торговле по образцам и по предварительным заказам, о выкладках товаров в магазинах, о выставках-продажах.

Весь этот опыт был крайне полезен. СССР, решая продовольственные проблемы, вводил в товарооборот продукты, ранее неизвестные гражданам —

морскую капусту, морскую рыбу, кукурузу и др. Новая экзотика порождала многочисленные анекдоты. Например, как матерную частушку воспринимали граждане рекламу морской рыбы: «Пелядь, бельдюга, простипода украсят стол любого дома». Требовались новые методы рекламирования. «Вечерняя Москва» — одна из ведущих площадок, где этот опыт нарабатывался.

1. Продолжаются эксперименты с преодолением ограничений на объем рекламы в печатных изданиях и складыванием «рекламных четвертинок» в полноценную полосу.

2. Нашла отражение на рекламных полосах «Вечерней Москвы» тема межкультурного обмена. Правда в роли партнеров фигурируют не страны Запада, а идеологически близкий Китай. Советскими гражданами Китай воспринимался давним и надежным другом. В 1950 году, в результате личных встреч И. В. Сталина и Мао Цзедунa, был подписан советско-китайский «Договор о дружбе, союзе и взаимной помощи». Однако, начиная с 1956 г., с момента десталинизации СССР, отношения между нашими государствами пошли на убыль. Тем не менее, для публики идеологическую нишу международных контактов по-прежнему представляет именно эта страна. С 1955 г. по 1959 г. «Вечерка» регулярно публикует афиши кинофильмов Китайской Народной Республики («ВМ», 1955–10–03, 4 полоса, [3. Обращает на себя внимание художественная образность и мастерство в исполнении этих киноафиш. В связи с этим нужно отметить, что именно в «оттепельные» времена оформляется школа советского киноплаката, состоящая из художников фабрики «Рекламфильм». Кино, театры и цирк, с одной стороны, всегда были в приоритете у власти, с другой — имели больше свобод в плане творческого самовыражения. Такие имена, как С. Дацкевич, Б. Зеленский, М. Хейфиц, а также В. Островский, Ю. Царев, В. Каркашев вошли в историю художественного плаката и известны не только в России, но и за рубежом.](https://disk.yandex.ru/i/tk6Q8kLWIFxfQA;1956-10-01, 4полоса, https://disk.yandex.ru/i/Y4jtz_-2Q5-sNw; 1957-10-01, https://disk.yandex.ru/i/FA8k0ioCyrf5TQ; 1958-10-01, https://disk.yandex.ru/i/oMeOpGeNwUUdbA; 1959-10-01, https://disk.yandex.ru/i/b6TtL9nD0adCEQ).</p></div><div data-bbox=)

4. В отличие от зрелищной рекламы, товарная реклама вызывала много критики экспертов. Ситуация 1960-х гг. принципиально отличалась от того, что было в 1930-е гг. Тогда от рекламы требовалось производство иллюзий, а теперь производители и торговые заведения столкнулись с проблемой непонимания новых товарных предложений — шла ли речь о продуктах питания, либо о технике. Императивные обращения типа «Требуйте!», «Спрашивайте!», «Покупайте!» в новую эпоху не работали. В первых, из-за отсутствия информации, во-вторых, императивный стиль начинал раздражать. В этом

смысле «Вечерняя Москва» — из тех площадок, что лучше других понял новые требования к рекламе. В целях лучшего понимания спроса организаций и населения на технологически сложную продукцию, «Росторгрекламой» и «Коопрекламой» разрабатываются регламенты организации выставок-продаж и демонстрационных залов, действующих на постоянной основе. Модульные объявления о таких выставках в «Вечерке» появляются регулярно. Например, в октябрьском номере от 1959 г. читателей приглашают посетить Выставку достижений народного хозяйства, на которой представлено более 100 тысяч экспонатов и каждый может найти много интересного по своей специальности («ВМ», 1959–10–01, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/b6TtL9nDOadCEQ>). В октябрьском номере за 1961 г. рекламируется московский образцовый демонстрационный зал — магазин «Изотопы». В объявлении сообщается также, что посетители могут получить квалифицированную консультацию, посмотреть научно-популярные фильмы, приобрести различную литературу по применению изотопов («ВМ», 1961–10, 3 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/jxULclW3esL2uA>). Новые продукты питания также требуют серьезного информационного подкрепления. Эксперты «Росторгрекламы» рекомендуют в печатной рекламе подробнее говорить о полезных свойствах продукта, публиковать рецепты. Именно такой политики придерживается «Вечерняя Москва», получая заказы на подобную рекламу. Например, в рекламном объявлении о рыбных палочках присутствует и упаковка, и рецепты блюд с использованием этого продукта («ВМ», 1960 — X-X, 4 полоса, https://disk.yandex.ru/i/Zj0-4IhcZw_VoQ). В октябрьском номере за 1960 г. «Мосовощи» информируют, что в магазины Москвы поступила хурма. Экзотика для москвичей того времени. Чтобы уберечь покупателей от разочарования, в объявлении сообщается, что «...хурма хорошо созревает в домашних условиях. Твердые плоды следует продержать в комнате, пока они не сделаются мягкими и даже киселеобразными» («ВМ», 1960–10–01, 4 полоса // <https://disk.yandex.ru/i/DQvXSHnRqoY7Kw>).

1965–1985: Развитый социализм или Застой?

Апологеты и критики предрестроечного двадцатилетия присваивают ему противоположные оценочные ярлыки. В первом случае — чистая идеология, во втором — неправомерная проекция застойных явлений в экономике на все сферы жизни. Спустя почти полвека, видно, что эта была эпоха с разнонаправленными тенденциями.

В экономике реформистские начинания хрущевского времени были продолжены А. Н. Косыгиным, ставшем председателем Совета Министров в 1965 году. Косыгин и его команда были приверженцами частичных рыночных реформ. Однако реформы были половинчатыми из-за расхождений со сторонниками Председателя Президиума Верхов-

ного Совета СССР Л. И. Брежнева, придерживавшихся консервативных взглядов и стратегии частичной децентрализации госуправления.

В духовной сфере идеология шестидесятничества осталась влиятельной и во вторую половину 1960-х гг. Ускорение приобрели гуманитарные исследования, наблюдался взлёт кинематографа, произошел прорыв в области космических исследований и генетики. Сформировался особый социальный тип советского человека. Однако горьким плодом прекратившейся после отставки Хрущева «оттепели» стало расширение диссидентства.

Как эти противоречивые тенденции отразились на рекламной отрасли в указанный период?

Советское государство впервые столкнулось с таким явлением, как затоваривание потребительскими товарами. Касалось это отдельных товарных сегментов: некоторых категорий бытовой техники, товаров легкой, химической промышленности. Потребительский спрос, в отличие от промышленного, изменчив и динамичен. Методы централизованного планирования в управлении потребительским спросом беспомощны. Чтобы решить эту проблему, в 1966 г. учреждается научно-исследовательский институт изучения и координации спроса. Особые надежды правительство возлагало также на рекламу в стимулировании сбыта. В 1972 г. и в 1976 г. выходят специальные постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР.

Однако их реализация тормозится, упираясь, по преимуществу, в человеческий фактор: реклама в кругах творческой интеллигенции воспринимается как нечто вторичное и недостойное внимания. Централизованное размещение заказов на рекламу от предприятий дает сбой. Особенно не везет новым видам — кинорекламе и телевизионной рекламе. Их исполнение превращается в «долгострой», затягиваясь, порой, на годы, в то время как ассортиментная линейка продукции успевает полностью обновиться. Предприятия начинают организовывать собственные рекламные подразделения. Например, Министерство промышленности средств связи создает коммерческо-рекламное предприятие «Орбита», Министерство химической промышленности — «Союзбытхим», Министерство бытового обслуживания РСФСР — «Росбытрекламу», Министерство гражданской авиации — «Авиарекламу», Министерство внешней торговли — «Внешторгрекламу» и др.

С целью координации этих разнонаправленных усилий в середине 1970-х гг. при Министерстве торговли создается Межведомственный совет по рекламе. В него вошли 39 членов, представляющих всех акторов трансформирующегося института рекламы. Это представители Министерства торговли СССР, «Союзторгрекламы» с ее республиканскими отделениями, новообразованные рекламные структуры крупнейших рекламодателей, а также представите-

ли советских медиа — Гостелерадио, Союз кинематографистов, Союз журналистов и др. Совместными усилиями они разрабатывали методические рекомендации по разработке рекламных кампаний. Трудно сказать, что деятельность Межведомственного совета по рекламе что-то изменила кардинальным образом. Однако, кое-что изменилось. Например, правилом хорошего тона для советских предприятий 1970-х стало обретение собственного товарного знака. На волне этого спроса развивается советская школа товарной графики.

На фоне непростой ситуации в рекламной отрасли, «Вечерняя Москва», как и в предшествующие периоды — в правофланговых. К этому времени сложились собственные традиции в рекламе, и, что немаловажно, коллектив профессионалов. Кроме того, свою роль играли премиальные выплаты сотрудникам редакции от доходов на рекламу. По словам участников тех событий, деньги были немалыми. Вопреки профанному представлению, публикация рекламы и в советские времена не была бесплатной для рекламодателя [8]. Начиная с 1930-х гг., в бюджете каждого предприятия фиксировался процент расходов на рекламный бюджет, который необходимо было освоить в течение года.

1. С января 1968 г. «Вечерняя Москва» одной из первых в стране начинает издавать рекламное приложение. В дальнейшем издание специальных рекламных приложений и бюллетеней становится распространенной практикой в печатной периодике: «Московские товары» и «Новые товары» (Москва), «Реклама» (Киев), «Панорама» (Львов), «Вологодская неделя», «Новосибирская реклама» и др. О высоком интересе к рекламному приложению «Вечерней Москвы» свидетельствуют цифры. Первые десять лет выпускалось по 52 номера, в 1979 г. вышло 80 номеров, а с 1980 г. по 1985 г. — по 104 номера.

2. С появлением рекламного приложения, «Вечерка» отдает меньше места рекламе на своих полосах. Это рубричная реклама со строчными объявлениями, однако обращают на себя внимание товарные знаки предприятий — рекламодателей, придающие их обращениям особый статус («ВМ», 1978–08, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/pijdVe8Xr0YMNQ>; 1976–09, 3 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/KQNKI-Rs7YHcFQ>; 1976–10, 4 полоса, <https://disk.yandex.ru/i/L906dApSZHJnSA>).

3. К сожалению, полный архив рекламного приложения «Вечерней Москвы» не сохранился, однако по отдельным экземплярам, которые хранятся у коллекционеров, можно делать определенные выводы о качестве рекламной подачи.

3.1. Во-первых, это полнополосные объявления крупных советских компаний, интересы которых представляют либо подведомственные рекламные подразделения, либо специализированные подразделения «Союзторгрекламы», либо они выступают в кооперации. Например, первая полоса рекламного

приложения «Вечерней Москвы» от 11 июля 1979 г. разверстана под объявление от имени «Информэлектро» и «Телепрессторгрекламы»: продвигаются бытовые электроувлажнители воздуха «Комфорт» и «Бриз». На внутренних полосах того же выпуска рекламу видео и аудиотехники размещает ЦКРО «Орбита» (Рекламное приложение газеты «Вечерняя Москва», 1979–07–11, https://disk.yandex.ru/i/YEK8ioXun_a8uw), рекламу фотоаппаратов марки «Вилия» и телевизоров «Радуга», «Электрон», «Темп», «Горизонт» представляют ЦКРО «Рассвет» и «Телепрессторгреклама» (Рекламное приложение газеты «Вечерняя Москва», 1979–07–11, <https://disk.yandex.ru/i/8iRTNx-JewkpAw>), рекламирует свои услуги московское городское объединение ломбардов (Рекламное приложение газеты «Вечерняя Москва», 1979–07–11, <https://disk.yandex.ru/i/YKajgcBachwFmQ>).

3.2. Во-вторых, даже с современной точки зрения построения стратегических коммуникаций, эту рекламу трудно в чем-либо упрекнуть. Например, в рекламе электроувлажнителей воздуха, специалисты очень грамотно оценивают ситуацию. Поскольку потребительский спрос на эту бытовую технику не сформирован, сообщение адресуется торговым организациям. В тексте присутствуют все необходимые элементы убеждающей коммуникации: заголовок, содержащий в себе ключевое предложение выгоды («Климат на любой вкус»), развернутое информационное описание товара, включая цену, изображение внешнего вида приборов. Объявление выполнено с использованием цвета, что в купе с позицией на первой полосе, придает дополнительную привлекательность товарному предложению. То же самое можно сказать относительно реализации убеждающей коммуникации для остальных товаров. Конечных потребителей приглашают посетить фирменный магазин-салон «Орбита», расположенный на Смоленской улице, 7. Представлены изображения предлагаемых к продаже телевизоров, транзисторов, проигрывателей, музыкальных колонок и т.д. и подписи с развернутыми товарными характеристиками. Дизайн полосы выше всяких похвал! Верхняя треть полосы представляет собой стильное графическое изображение изображения электромагнитных волн, которое выполняет двойную нагрузку. Во-первых, является смысловой основой фирменного знака ЦКРО «Орбита», во-вторых, выгодно оттеняет сам фирменный знак, адрес салона-магазина и рекламный посыл к побуждающему действию — посетить демонстрационный зал.

Заключение. Советская реклама, погруженная в повседневную жизнь граждан СССР, несомненно, несет на себе отпечаток социалистической идеологии. Понимая идеологию как стройную систему представлений о справедливом социальном устройстве, отметим, что справедливость в социализме — это отказ от эксплуатации человека человеком, принцип

коллективного владения средствами производства и природными ресурсами. Человек — хозяин жизни. В то же время идеологизированный образ советского человека не имеет индивидуальных психологических черт. Если определять портрет аудитории в советской рекламе в современных терминах, то она не сегментирована и не персонализирована. Скорее, это сконструированная модель — коллективный образ, воплощающий идеальные черты советского человека. Аудитория рекламы — это народ, *alterego* партии и правительства, воображаемая и идеализированная часть коллективной личности. Поэтому разговор всегда прямой, «западные» манипулятивные приемы под запретом.

С точки зрения тематики объявлений, в неизменном приоритете те, что направлены на удовлетворение духовных запросов: театры, кино, цирк, выставки, защиты диссертаций.

Тональность и стилистика менялись — в зависимости от времени и событийного контекста в истории советского государства. Побудительные глаголы в лозунговом стиле 1930-х гг., суровая немногословность во времена Великой Отечественной войны, стиль убеждающей коммуникации времен так называемого застоя.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Старых Н. В., кандидат филологических наук, доцент, старший научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью

E-mail: staryh@mail.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Ученова В. В. История отечественной рекламы. 1917–1990 / В. В. Ученова. — М., 2004.
2. Конаныхин К. В. Реклама в СССР 30-х годов: Дис. ... канд. филолог. наук / К. В. Конаныхин. — М., 2000.
3. Старых Н. В. Советское зазеркалье: торговая реклама эпохи развитого социализма / Н. В. Старых // Реклама. Теория и практика. — 2011. — № 6. — С. 326–333.
4. Грицук А. П. История отечественной рекламы. Советский период / А. П. Грицук. — М., 2004.
5. Фролов В. В. История отечественной рекламы XX–XXI вв. / В. В. Фролов. — Псков, 2016.
6. Финансовая удавка. Добровольные займы в СССР // Российское историческое общество. Электронная библиотека исторических документов. — Режим доступа: <https://historyrussia.org/tsekh-istorikov/finansovaya-udavka-dobrovolnye-zajmy-v-sssr.html> (дата обращения: 02.10.2022).
7. Роткевич Е. Стыдно перед товарищами за такую жену. В СССР развестись можно было только через газету / Е. Роткевич // Тайный Советник. — Режим доступа: <https://history1.ru/old/razvodi-v-sssr/> (дата обращения: 10.02.2022).
8. Как это было. Реклама в СССР // Телеканал «Говорит и показывает Санкт-Петербург». 12 февраля 2018. — Режим доступа: <https://topspb.tv/news/2018/02/12/kak-eto-bylo-reklama-v-sssr/> (дата обращения: 27.07.2023).

Lomonosov Moscow State University
Starykh N. V., Candidate of Philological, Associate Professor,
senior scientific officer Department of Advertising and Public
Relations
E-mail: staryh@mail.ru

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЗДАНИЯ «КУЛЬТУРА» (1929–2023 ГГ.)

М. С. Шульга

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 5 мая 2023 г.

Аннотация: в статье представлено типологическое исследование российского периодического издания «Культура», которое является одним из старейших российских специализированных периодических изданий о культуре и искусстве. Изучены его типологические характеристики на протяжении всего его существования. Получены данные, которые показывают перемены в развитии издания в соответствии с тем или иным историческим периодом.

Ключевые слова: периодическая печать, издание «Культура», типология, журналистика, СМИ.

Abstract: the article presents a typological study of the Russian periodical "Kultura", which is one of the oldest Russian specialized periodicals about culture and art. Its typological characteristics have been studied throughout its existence. Data have been obtained that show changes in the development of the periodical in accordance with a particular historical period.

Keywords: periodical press, periodical "Kultura", typology, journalism, mass media.

Исследования в области журналистики о культуре встречаются не так часто. В российской и зарубежной практике в большей степени уделяют внимание теоретическим аспектам культуры и журналистики. Практических исследований меньше. Большой вклад в современные исследования журналистики о культуре внесла Т. Ф. Дедкова [1]. Важные теоретические аспекты журналистики и культуры разрабатывает М. Л. Князева [2]. Из зарубежных исследований уместно привести пример скандинавских учёных, которые отмечают, что журналистика о культуре стала больше тяготеть к развлечениям и тематике стиля жизни [3]. При этом усилилось влияние популярной культуры на нее.

«Культура» является одним из основных специализированных изданий о культуре и искусстве в России, оно существует уже более 90 лет. Целью исследования было определить основные этапы развития «Культуры» и выявить ряд основных характеристик контента в динамике. Первый выпуск вышел в 1929 году, газета тогда называлась «Рабочий и искусство». В 1931 г. стала «Советским искусством». С 1942 г. по 1943 г. газета временно слилась с «Литературной газетой» и выходила под названием «Литература и искусство». С 1944 г. по 1953 г. снова стала «Советским искусством». С 1953 г. она сменила название на «Советскую культуру». В 1991 г. стала «Культурой». Современную «Культуру» можно считать конвергентным изданием, ведь у нее есть сайт, аккаунты в социальных сетях, приложение «Свой».

Основными методами послужили историко-типологический и социологический контент-аналитический метод, который выполнил важную роль в исследовании динамики контента. Историко-типологический метод позволил составить представление о развитии издания за весь период его существования. Применялись подходы Б. И. Есина [4], А. И. Акопова [5], А. Г. Голикова [6]. Основные данные по контент-анализу представлены в предыдущей статье [7]. В выборку для историко-типологического исследования попали все доступные выпуски «Культуры», которые находятся в свободном доступе на сайте издания. Главным образом учитывались учредитель издания, периодичность, редакционная коллегия, тираж, объём, структура редакции, цели и задачи, авторский состав, внутренняя структура. Жанровая составляющая подробно изучена с помощью контент-анализа, аудитория «Культуры» развёрнуто не исследована, поскольку этот аспект не входил в цели исследования.

Основные типологические характеристики издания «Культура» на разных этапах ее развития. «Культуре» в советский период было свойственно отсутствие большого количества постоянных рубрик, нацеленность на важные даты и мероприятия в сфере культуры и искусства в стране. Все это характерно и для других советских периодических изданий. Из-за этой изменчивости труднее делать периодизацию «Культуры», важным аспектом для этого послужило общее качество материалов, которое возросло в 1940-е гг., но следует отметить, что в первое десятилетие «Советского искусства» в его содержании встречались очень профессиональные

и достойные статьи. Тем не менее по целому ряду признаков был выделен ранний советский период «Культуры» с 1929 г. по конец 1940-х гг., основной советский период с начала 1950-х гг. по 1991 г., когда она носила известное название «Советская культура», затем постсоветский период с 1991 г. по 2010-е гг. и современный с 2010-х гг. по настоящее время. Такую периодизацию во многом подтверждает и контент-анализ, с помощью которого были выделены функциональные модели «Культуры» за весь период ее существования.

На основе типологии М. В. Шкондина, «Культура» по региону распространения относится к общенациональным изданиям, по аудиторному признаку к качественным специализированным [8, 41]. По целевому назначению к культурно-просветительским, отчасти к художественно-публицистическим. Учитывая, что современная «Культура» в немалой степени тяготеет к журнальной периодике, то на основе типологии культурологических журналов Т. Ф. Дедковой можно определить «Культуру» как культурологическое издание. Это связано с тем, что «Культуру» следует отнести к изданиям и об истории культуры, и искусствознанию, она является изданием интеллектуалов, и изданием-обзором, и просветительским, и культуроведческим [8, 93].

Издание «Культура», которое сначала называлось «Рабочий и искусство» появилось в период первой пятилетки. Тогда проводилась индустриализация СССР, формировалась система периодической печати. В том числе появились специализированные газеты по самым разным тематикам.

Цели и задачи «Культуры» менялись не так часто и объяснялись особенностями исторического периода. В советский период её концепция была очевидна, в подтверждение этому можно привести пример, что руководство и авторы позиционировали её в качестве массовой газеты по вопросам искусства. Поэтому она адресовалась массовому читателю, но на деле её аудитория была разной. Судя по обратной связи читателей, среди них всегда было много сотрудников культурных организаций, что вполне закономерно для такого издания. С 1991 г. газета стала общенациональной, с 2012 г. концепция заключалась в подназвании «Духовное пространство русской Евразии», в 2020 г. оно было убрано, но концепция при Власове осталась во многом такой же, как и при Ямпольской.

Далее будет рассмотрен **учредитель издания**. С момента своего возникновения «Культура» часто меняла организации, от имени которых выходила. Само собой, в советский период все периодические издания принадлежали государству, поэтому смена учредителя мало на что влияла. В 1929 г. «Рабочий и искусство» издавалось Театинопечатью. В 1932 г. «Советское искусство» выходило при участии сектора искусств Наркомпроса и Института ЛИИ Комакадемии, издавалось Журнально-газетным объединени-

ем. В 1934 г. газета сначала была органом Управления зрелищных предприятий НКП РСФСР, а потом Наркомпроса РСФСР. В 1936 г. органом Всесоюзного комитета по делам искусств при Совнаркомом Союза ССР. В 1939 г. органом Комитета по делам искусств при Совнаркомом Союза ССР и ЦК профсоюза работников искусств.

В 1943 г. «Литература и искусство» выходила как орган правления Союза советских писателей СССР, Комитета по делам искусств при СНК СССР и Комитета по делам кинематографии при СНК СССР. В 1944 г. Союз советских писателей был убран и добавлен Комитет по делам архитектуры.

В 1949 г. «Советское искусство» стало выходить как орган Министерства кинематографии СССР и Комитета по делам искусств при Совете министров СССР.

В 1953 г. газета сменила название на «Советскую культуру», стала органом Министерства культуры СССР. В последнем номере «Советского искусства» за 27 июня того года указано, что новая «Советская культура» рассчитана на широкие круги советской интеллигенции, на работников высших и специальных учебных заведений театрального, изобразительного, музыкального искусств, кинематографии, культпросветучреждений, радио, издательств, книжной торговли, профессионального образования». В первом номере «Советской культуры» впереводке изложено, что учреждение «Советской культуры» связано с появлением Министерства культуры СССР и решениями на XIX съезде о развитии культуры и пятой пятилетке. В 1957 г. к Министерству культуры прибавился Центральный Комитет профессионального союза работников культуры. В 1973 г. «Советская культура» стала газетой ЦК КПСС. В последнем номере за 1972 г. сделан акцент на важность развития культуры с отсылкой на решения XXIV съезда КПСС, который прошел в 1971 г. и принятие девятой пятилетки. На том съезде помимо широкого списка тем упоминались культура, СМИ, необходимость улучшения идеологической работы в этом направлении, перемен во внутрипартийной жизни. По всей видимости, в связи с этим связана смена руководящей организации у «Советской культуры».

В сентябре 1991 г. в связи с изменившейся политической ситуацией учредителем «Культуры» стал журналистский коллектив газеты. В октябре к нему присоединился Совет министров культуры Союза и республик, редакционно-издательский комплекс «Культура». В 1992 г. среди учредителей появился банк «Восток», затем в том же году среди учредителей остался коллектив газеты «Культура» и банк «Восток». В 1993 г. остался только коллектив «Культуры», в 1994 г. прибавился фонд «Демократия». В 1997 г. единственным учредителем стало ОАО «Редакция газеты «Культура». В настоящий момент учредитель не изменился.

Смены учредителей «Культуры» довольно характерны для этих исторических периодов, поскольку в советское время играла важную роль командно-административная экономика. В 1990-х гг. коллективы газет становились их учредителями, такая тенденция свойственна современной российской периодической печати. Многие другие перемены того времени хорошо описаны в труде под редакцией М. В. Шкондина [8].

Периодичность «Культуры» тоже постоянно менялась. С 1932 г. по 1939 г. «Советское искусство» выходило 1 раз в 6 дней. В 1939 г. периодичность менялась от 7 до 15 раз в месяц. С 1943 г. «Литература и искусство» выходила еженедельно. В 1950 г. «Советское искусство» выходило около 9 раз в месяц, два раза в неделю по вторникам и субботам. В конце 1951 г. по средам и субботам. После переименования в «Советскую культуру» в 1953 г., газета выходила по вторникам, четвергам и субботам, примерно от 12 до 14 раз в месяц. С 1973 г. периодичность снова поменялась, выходила в среднем от 7 до 8 раз в неделю, по вторникам и пятницам. С 1983 г. снова по вторникам, четвергам и субботам, от 12 до 14 раз в месяц. В 1990 г. «Советская культура» стала еженедельной, выходила по субботам. С 1997 г. по четвергам, с 2012 г. по пятницам. С 2020 г. «Культура» выходит 1 раз в месяц.

Редакционная коллегия «Культуры» в основном всегда была составлена из журналистов. В 1929 г. ответственным редактором «Рабочего и искусства» был Л. Н. Чернявский, заместителем О. С. Литовский. После незначительных перестановок, в 1932 году ответственным редактором был М. П. Аркадьев, а заместителем драматург, журналист, критик, писатель О. С. Литовский и четыре других сотрудника. Ближе к концу 1934 г. Литовский стал ответственным редактором. Он налаживал сотрудничество «Советского искусства» с другими театральными газетами. В 1936 г. ответственным редактором стал литературовед, театральный и литературный критик И. Л. Альтман. В 1938 г. в номерах состав редакционной коллегии не указан.

В 1943 г. ответственным редактором был А. Фадеев, в коллегия входили Т. Зуева, А. Каплер, Е. Ковальчик, А. Сурков, А. Солодовников. Затем состав менялся, в неё вошёл С. Герасимов. В 1944 г. состав снова поменялся, ответственным редактором стал Б. Мочалин. В конце 1946 г. эту должность занял В. Вдовиченко. В 1949 г. редактором стал писатель и журналист С. Б. Сутоцкий. С 1950 г. его заместителем П. Н. Иванов, с 1952 г. им был В. С. Василевский.

После смены названия на «Советскую культуру» в 1953 г. главным редактором стал хозяйственный, государственный и политический деятель Н. Данилов. Ближе к концу 1956 г. и.о. главного редактора был Н. Логинов, а затем главным редактором стал журналист, популяризатор науки В. И. Орлов. Как и в пре-

дыдущие годы смена, руководства никак не пояснялась. В 1961 г. главным редактором стал журналист Д. Г. Большов. В конце 1967 г. первым заместителем главного редактора был поэт, драматург, публицист, партийный и государственный деятель, министр культуры Молдавской ССР П. С. Дариенко, в следующем году он стал главным редактором. С 1972 г. по 1989 г. главный редактор и состав редакционной коллегии не указывались. Но с 1972 г. по 1983 г. им был журналист, сотрудник центральных партийных структур по идеологии А. В. Романов, который до назначения в «Советскую культуру» был председателем Комитета по кинематографии при Совете Министров СССР. С 1983 г. по 1985 г. главным редактором «Советской культуры» был литературовед и публицист Ю. Я. Барабаш, до этого сотрудник отдела культуры ЦК КПСС, директор Института мировой литературы АН СССР, первый заместитель министра культуры СССР. С 1986 г. по 1996 г. должность главного редактора занимал партийный деятель, писатель, журналист и литературовед А. Беляев, в 1990 г. его заместителем был А. Авдеенко. Впоследствии редакционная коллегия постоянно незначительно менялась, Авдеенко больше не указывался.

В 1996 г. главным редактором стал журналист Ю. И. Беляевский. Помимо этого, у «Культуры» появился общественный совет, состоящий из деятелей культуры. В 2012 г. главным редактором стала руководитель отдела культуры и заместитель главного редактора «Известий» Е. Ямпольская. В конце 2019 г. главным редактором стал журналист П. Власов. Работа многих главных редакторов «Культуры» в партийных организациях была вполне характерной для советского времени.

Тираж издания постоянно менялся. В 1929 г. он составлял 60 тысяч экземпляров. С тридцатых по конец восьмидесятых тираж не указывался. Лишь из Большой советской энциклопедии можно узнать, что тираж «Советской культуры» в 1975 г. составлял 400 тысяч экземпляров. По размеру тиража среди центральных газет она не входила в первые 15, у «Литературной газеты» тираж был существенно больше и составлял 2,3 миллиона экземпляров. В конце 1990 г. стал указываться тираж, он составлял 735000 экземпляров. В 1991 г. он упал и насчитывал 385000 экземпляров. В 1997 г. 70000 тысяч экземпляров. В 2005 г. 29200 экземпляров. В 2012 г. 20500, но в 2019 г. он увеличился до 40155. В 2023 г. снизился до 13 тысяч.

Можно обозначить периоды выпуска «Культуры» **по количеству страниц**. Советский период делится на ранний советский четырехстраничный период (с 1930-х гг. по 1973 г.), и поздний советский восьмистраничный период (с 1973 г. по 1989 г.). Переход на 8 страниц связан с тем, что газета получила статус газеты ЦК КПСС. В современности количество страниц увеличилось и менялось от 12 до 16 стра-

ниц, с 1990 г. по 1992 г. — 16 стр. С 1992 г. по 2002 г. — 12 стр. С 2002 г. по июнь 2008 г. — 16 стр. С июня 2008 г. по 2012 г. — 12 стр. С 2012 г. по 2018 г. — 16 стр., с 2018 г. по 2019 г. — 12 стр., с 2020 г. — 32 страницы.

Структура редакции издания «Культура» имеет развитый характер. Поскольку центральные газеты имели немалые ресурсы и возможности для развития. Структура редакции стала указываться в 1940-х гг. В 1943 г. она состояла из отдела литературы, театра, музыки, отдела кино, секретариата, издательства. Затем добавились отдел информации и иностранный отдел.

Структура советских периодических изданий в значительной мере определялась партийными постановлениями. В 1945 г. партия распорядилась улучшить работу республиканских и местных газет, что повлияло и на расширение их структуры, а также увеличение штата сотрудников. Структура «Советского искусства» отличалась в силу своей специализированной направленности, отдел информации и иностранный отдел появились у неё даже чуть ранее, чем у других газет. Впоследствии структура «Советского искусства» постоянно незначительно менялась, в основном реорганизовывались отделы по видам искусства. В 1953 г. структура «Советской культуры» была уже расширенной, добавились библиотека, отдел оформления и другие. Частично в 1960-х гг., полностью в 1970–1980-е гг. и в последующие годы структура редакции не указывалась.

Заключение. Исследование «Культуры» позволило установить, как происходило изменение его типологических характеристик за 95 лет его существования. «Культура» уникальна тем, что является специализированным изданием по культуре и искусству, помимо этого затрагивает политику, общество, историю, использует широкую жанровую структуру, привлекает известных авторов к сотрудничеству. Её основное функциональное предназначение доволь-

но постоянно и связано, главным образом, с распространением культуры и культурно-просветительской работой в стране.

При этом динамика типологических характеристик «Культуры» не специфична только для неё, тенденции характерны и для других изданий. Эти особенности связаны с историческими периодами развития прессы в стране. Уловить эти изменения помогают крупные типологические исследования прессы в динамике, которые не так часто встречаются в российской исследовательской практике. Но они, безусловно, необходимы, потому что позволяют получить важные данные о тенденциях развития СМИ, которые играют все большую роль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дедкова Т. Ф. Старые и новые журналы о культуре / Т. Ф. Дедкова. — М., 2007.
2. Князева М. Л. Традиции как фактор развития: медийные аспекты / М. Л. Князева // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4, № 3. — С. 280–298.
3. Verboord, M., & Janssen, S. (2015). Arts Journalism and Its Packaging in France, Germany, The Netherlands and the United States, 1955–2005. *Journalism Practice*, 9(6), 829–852.
4. Методика изучения периодической печати: сб. статей / под редакцией Б. И. Есина. — М., 1977.
5. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). — Иркутск, 1985.
6. Голиков А. Г. Источниковедение отечественной истории: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / А. Г. Голиков, Т. А. Круглова. — М., 2012.
7. Свитич Л. Г. Контент-аналитическое исследование динамики издания «Культура» / Л. Г. Свитич, М. Г. Шульга // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 4. — С. 614–632.
8. Типология периодической печати / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М., 2009.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова.

Шульга М. С., аспирант кафедры цифровой журналистики

E-mail: stateoze@yandex.ru

Lomonosov Moscow State University.

Shulga M. S., Postgraduate Student of the Department of Digital Journalism

E-mail: stateoze@yandex.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) и английский перевод заголовка материала.

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. Подрисуночная 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.