

**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

К 200-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ А. Н. ОСТРОВСКОГО

Сатарова Л. Г., Стюфляева Н. В. «БЕСЫ» И ИХ АНТАГОНИСТЫ В ПЬЕСАХ А. Н. ОСТРОВСКОГО
«БЕШЕНЫЕ ДЕНЬГИ», «ЛЕС» (В СВЕТЕ УЧЕНИЯ СЯТИТЕЛЯ ТИХОНА ЗАДОНСКОГО)..... 5

**К 90-ЛЕТИЮ ВРУЧЕНИЯ И. А. БУНИНУ НОБЕЛЕВСКОЙ ПРЕМИИ
И 70-ЛЕТИЮ СО ДНЯ СМЕРТИ ПИСАТЕЛЯ**

Бердникова О. А. НОБЕЛЕВСКИЕ «ТЕМЫ» ИВАНА БУНИНА..... 10
Карпенко Г. Ю. НОБЕЛЕВСКИЕ ЛАУРЕАТЫ: И. А. БУНИН
И И. И. МЕЧНИКОВ О «ЧАШЕ ЖИЗНИ»..... 14

ФИЛОЛОГИЯ

Горбачев О. А. О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ СУБЪЕКТНОЙ СФЕРЫ «ЖИТИЯ ПРОТОПОПА АВВАКУМА»..... 22
Давыдова А. В. ОБРАЗ ЗИМНЕЙ НОЧИ В СЕВЕРНОМ ТЕКСТЕ
РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ..... 26
Довлеткиреева Л. М. БАЗИСНЫЕ ЭТНОМАРКИРОВАННЫЕ МЕТАФОРЫ В ЧЕЧЕНСКОЙ
КЛАССИЧЕСКОЙ ПОЭЗИИ 32
Дубаков Л. В. РОМАНЫ «ЧАПАЕВ И ПУСТОТА» И «Т» В. ПЕЛЕВИНА: ТОЛСТОВСКИЕ И БУДДИЙСКИЕ АСПЕКТЫ
МЕЖТЕКСТОВЫХ СВЯЗЕЙ 36
Ильина Т. В., Сидорова Е. В., Швецова О. А. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СМИРЕНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ ... 41
Коваленко А. Г., Ху Цзяжуй. АНТИНОМИЗМ И ПАРАДОКСЫ ДИСТОПИИ 46
Ничипоров И. Б. СОЦИАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ В РОМАНЕ
АЛЕКСЕЯ ИВАНОВА «НЕНАСТЬЕ» 52
Сатина Т. В. ИМЕННОЕ СКАЗУЕМОЕ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ КОНТЕКСТЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А. БЕЛОГО «ПЕТЕРБУРГ») 57
Степанова Е. В. «В ПЕРВЫЕ ГОДЫ ЗНАКОМСТВА И СЛОЖИЛИСЬ МОИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О НЕКРАСОВЕ...»:
А. Н. ПЫПИН О Н. А. НЕКРАСОВЕ. 1854–1862 ГГ. 61
Сузрюкова Е. Л. ОБРАЗ ЮРОДИВОГО В РАССКАЗЕ ПРОТОИЕРЕЯ НИКОЛАЯ АГАФОНОВА
«ЮРОДИВЫЙ ГРИШКА» 65
Аль-Рубаиави Хуссейн Шайяль Аджлан, Алейников О. Ю. «ВОСТОК В МИНИАТЮРЕ» А. МИЦКЕВИЧА
В ПЕРЕВОДАХ И. БУНИНА..... 69
Чернусова И. П. ЦИРКУМФИКСАЛЬНЫЕ НАРЕЧИЯ В РУССКОМ ФОЛЬКЛОРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БЫЛИН) 74

ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Омарбл Бестун. ЖУРНАЛИСТИКА ИРАКСКОГО КУРДИСТАНА В КОНТЕКСТЕ ПОИСКОВ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (2010–2020-Е ГГ.)</i>	79
<i>Бодяшкин А. О. КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ОТСЫЛКИ В ЛЕВОМ ЗАРУБЕЖНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ</i>	83
<i>Гаврилов В. В. ПОДГОТОВКА КРЕОЛИЗОВАННОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕДИАЛИЧНОСТИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ</i>	87
<i>Дин Хао. ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ ALIEXPRESS В РОССИИ</i>	93
<i>Долгова Ю. И., Ин Чжан. СУТОЧНАЯ И НЕДЕЛЬНАЯ ДИНАМИКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ ТЕЛЕКАНАЛА «ХУНАНЬ»</i>	97
<i>Дугужев Т. М. НОВОСТИ О КУЛЬТУРЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ВЕЩАНИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ «БОЛЬШОЙ ТРОЙКИ»</i>	103
<i>Землянский А. В. ПРИЧИНЫ ДИСКРИМИНАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПАНДЕМИИ COVID-19: ФАКТОР СМИ</i>	107
<i>Иващенко Е. Г. КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ СПОРТИВНОГО ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ SPORT24</i>	112
<i>Королева М. Н., Пронина Е. Е. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ И ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ЖУРНАЛИСТИКЕ</i>	117
<i>Кучигина С. К. ТЕКСТОВЫЙ КОНТЕНТ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА, ПРИЧИНЫ ТРАНСФОРМАЦИИ</i>	124
<i>Лепилкина О. И., Ганжара О. А. ЛЕКСЕМА «ПАТРИОТИЗМ» И ЕЕ ДЕРИВАТЫ В МЕДИАТЕКСТАХ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ СРЕЗ</i>	128
<i>Марчан К. В. СТАНОВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ: ИНСТИТУТЫ И ДОКУМЕНТЫ</i>	133
<i>Мельник Н. Д. МОДЕРНИСТСКАЯ ПЕРИОДИКА РЕГИОНОВ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «В МИРЕ ИСКУССТВ» (1907–1910 ГГ.))</i>	137
<i>Алхиджази Серин Мохаммад. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА МАРКЕТИНГ</i>	144
<i>Нехорошева О. А. СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ ЛЕКСЕМЫ «ЭКОНОМИКА» В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ</i>	149
<i>Олешко В. Ф., Журавлева В. М. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ТЕНДЕНЦИЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ КОНТЕНТА</i>	152
<i>Радионцева Е. С. НЕЙРОЭСТЕТИКА В МЕДИАКАМПАНИЯХ</i>	156
<i>Соломатин А. Н., Мириманов Д. А. РАДИОВЕЩАНИЕ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ТЕЛЕСЕТИ RT: НА ПРИМЕРЕ РАДИОСТАНЦИЙ SOCHI TODAY И «РАДИО RT»</i>	161
<i>Нгуен Минь Туан. СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ СССР / РФ И СРВ В ОБЛАСТИ ПОДГОТОВКИ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ</i>	169
<i>Чикиркина Д. О. ФЕЛЬЕТОНЫ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «ГУДОК» В 1922–1928 ГГ.</i>	173
<i>Ян Чжи. «ГУМАНОЛОГИЯ», «ТЕХНОСОФИЯ», «ВИТОВЕРИФИКАЦИЯ»: ЭКОЛОГИЗАЦИЯ ЦИФРОВОЙ МЕДИАСРЕДЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ</i>	175
<i>ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ</i>	179

Proceedings of Voronezh State University

SCIENTIFIC JOURNAL



SERIES:
PHILOLOGY. JOURNALISM
Published quarterly

Series: Philology. Journalism. 2023. № 4. October – December

CONTENTS

THE 200TH BIRTH ANNIVERSARY OF A. N. OSTROVSKY

Satarova L. G., Styuflyayeva N. V. “DEMONS” AND THEIR ANTAGONISTS IN THE PLAYS BY A. N. OSTROVSKY: “MAD MONEY”, “FOREST” (IN THE LIGHT OF ST. TIKHON OF ZADONSK TEACHINGS) 5

THE 90TH ANNIVERSARY OF I. A. BUNIN RECEIVING THE NOBEL PRIZE AND THE 70TH ANNIVERSARY OF THE WRITER'S DEATH

Berdnikova O. A. IVAN BUNIN'S NOBEL “THEMES” 10

Karpenko G. Yu. NOBEL LAUREATES: I. A. BUNIN AND I. I. MECHNIKOV ON “THE CUP OF LIFE” 14

PHILOLOGY

Gorbatsevich O. A. ON SOME ASPECTS OF THE SUBJECT SPHERE OF “ THE LIFE OF ARCHPRIEST AVVAKUM”: THE “POINT OF VIEW” OF THE CONCEPTED AUTHOR, DETERMINING THE RHYTHM AND STYLISTIC PICTURE OF THE WORK..... 22

Davydova A. V. THE IMAGE OF A WINTER NIGHT IN THE NORTHERN TEXT OF RUSSIAN LITERATURE FOR CHILDREN 26

Dovletkireeva L. M. BASIC ETHNOMARKED METAPHORS IN CHECHEN CLASSICAL POETRY 32

Dubakov L. V. NOVELS «CHAPAEV AND VOID» AND «T» BY V. PELEVIN: TOLSTOYAN AND BUDDHIST ASPECTS OF INTERTEXTUAL RELATIONS 36

Ilina T. V., Sidorova E. V., Shvetsova O. A. LINGUISTIC MEANS OF EXPRESSING HUMILITY IN RUSSIAN 41

Kovalenko A. G., Hu Jiarui. ANTINOMISM AND PARADOXES OF DYSTOPIA 46

Nichiporov I. B. SOCIAL HISTORY AND SOCIAL CONDITIONS IN ALEXEY IVANOV'S NOVEL “BAD WEATHER” 52

Satina T. V. NOMINAL PREDICATE IN AN ARTISTIC CONTEXT (BASED ON THE NOVEL “PETERSBURG” BY A. BELY)..... 57

Stepanova E. V. “IN THE FIRST YEARS OF ACQUAINTANCE MY IDEAS ABOUT NEKRASOV WERE FORMED..”: A. N. PYPIN ABOUT N. A. NEKRASOV. 1854–1862..... 61

Suzryukova E. L. THE IMAGE OF THE FOOL IN THE STORY OF ARCHPRIEST NIKOLAI AGAFONOV “GRISHKA THE HOLY FOOL” 65

Al-Rubaiawi Hussein Shayal, Aleinikov O. Yu. THE “EAST IN MINIATURE” BY A. MICKIEWICZ IN TRANSLATIONS BY I. BUNIN..... 69

Chernousova I. P. CIRCUMFIX ADVERBS IN RUSSIAN FOLKLORE (CASE STUDY: EPIC TALES) 74

JOURNALISM

<i>Omarbl Bestoon.</i> JOURNALISM OF IRAQI KURDISTAN IN THE CONTEXT OF ETHNIC IDENTITY SEARCH (2010S-2020S).....	79
<i>Bodyashkin A. O.</i> CULTURAL AND HISTORICAL REFERENCES IN THE LEFT FOREIGN MEDIA DISCOURSE	83
<i>Gavrilov V. V.</i> PREPARATION OF A CREOLIZED JOURNALISTIC TEXT IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF CREATIVE COMPETENCIES OF THE MEDIA PERSONALITY OF THE DIGITAL ERA.....	87
<i>Ding Hao.</i> VERBAL AND NON-VERBAL MEANS OF ADVERTISING OF THE TRADING PLATFORM ALIEXPRESS IN RUSSIA.....	93
<i>Dolgova Yu. I., Ying Zhang.</i> DAILY AND WEEKLY DYNAMICS OF «HUNAN TV» CHANNEL PROGRAMMING	97
<i>Duguzhev T. M.</i> NEWS ABOUT CULTURE IN THE INFORMATION BROADCASTING OF THE BIG THREE TV CHANNELS	103
<i>Zemlyanskiy A.V.</i> CAUSES OF DISCRIMINATION IN THE CONTEXT OF COVID-19 PANDEMIC: THE ROLE OF THE MEDIA	107
<i>Ivashchenko E. G.</i> CONTENT STRATEGIES OF ONLINE SPORTS EDITION SPORT24.....	112
<i>Koroleva M.N., Pronina E.E.</i> USER-GENERATED CONTENT AND A HUMAN-CENTERED APPROACH IN JOURNALISM	117
<i>Kuchigina S. K.</i> TEXT CONTENT IN THE FIELD OF EDUCATION: LANGUAGE SPECIFICS, REASONS FOR TRANSFORMATION	124
<i>Lepilkina O. I., Ganzhara O. A.</i> LEXEME «PATRIOTISM» AND ITS DERIVATIVES IN MEDIA TEXTS OF THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT: REGIONAL SUMMARY.....	128
<i>Marchan X. V.</i> FORMATION OF PROFESSIONAL ETHICS IN JOURNALISM: INSTITUTES AND DOCUMENTS.....	133
<i>Melnik N. D.</i> MODERNIST PERIODICALS OF THE REGIONS (ON THE EXAMPLE OF THE MAGAZINE «IN THE WORLD OF ARTS» (1907-1910))	137
<i>Alhijazi Serin Mohammad.</i> THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON MARKETING.....	144
<i>Nekhorosheva O. A.</i> SPECIFICITY OF LEXEME CONCEPTUALIZATION ECONOMY IN MODERN MEDIA TEXTS.....	149
<i>Oleshko V.F., Zhuravleva V.M.</i> SOCIAL JOURNALISM IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF TRENDS IN THE DIGITALIZATION OF CONTENT	152
<i>Radiontseva E. S.</i> NEUROESTHETICS IN MEDIA CAMPAIGN	156
<i>Solomatin A.N., Mirimanov D.A.</i> RADIO BROADCASTING AS AN INTEGRAL PART OF THE RT TV NETWORK: ON THE EXAMPLE OF RADIO STATIONS SOCHI TODAY AND RADIO RT	161
<i>Nguyen Minh Tuan.</i> COOPERATION BETWEEN THE USSR/ RF AND THE SRV IN THE FIELD OF TRAINING MEDIA SPECIALISTS.....	169
<i>Chikirkina D. O.</i> FEUILLETONS ON THE PAGES OF THE «GUDOK» NEWSPAPER FROM 1922 TO 1928.....	173
<i>Yang Zhi.</i> «HUMANOLGY», «TECHNOSOPHY», «VITOVERIFICATION»: DIGITAL ECOLOGISATION IN THE CONTEXT OF MODERN JOURNALISM EDUCATION.....	175
SUBMISSION GUIDELINES.....	179

УДК 821.161.1

«БЕСЫ» И ИХ АНТАГОНИСТЫ В ПЬЕСАХ А. Н. ОСТРОВСКОГО «БЕШЕНЫЕ ДЕНЬГИ», «ЛЕС» (В СВЕТЕ УЧЕНИЯ СВЯТИТЕЛЯ ТИХОНА ЗАДОНСКОГО)

Л. Г. Сатарова, Н. В. Стюфляева

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

Поступила в редакцию 31 октября 2023 г.

Аннотация: в статье рассмотрены две пьесы А. Н. Островского в свете учения святителя Тихона Задонского о грехе сребролюбия и добродетели нестяжания. Проанализирована система персонажей, в которой действуют герои-антагонисты. Одни из них поклоняются «золотому тельцу» как воплощению бесовского неправедного богатства, другие остаются верны христианскому долгу по отношению к ближнему, «всечеловеческому» братству.

Ключевые слова: святитель Тихон Задонский, А. Н. Островский, богатство, бедность, конфликт ценностей, христианская вера, раскаяние, любовь, семья, быт.

Abstract: the article examines two plays by A. Ostrovsky in the light of the teachings of St. Tikhon of Zadonsk about the sin of avarice and the virtue of non-possessiveness. The system of characters in which antagonist heroes act is analyzed. Some of them worship the "golden calf" as the embodiment of demonic unrighteous wealth, others remain faithful to the Christian duty towards their neighbor, the "all-human" brotherhood.

Keywords: St. Tikhon of Zadonsk, A. Ostrovsky, wealth, poverty, conflict of values, Christian faith, repentance, love, family, life.

В учении святителя Тихона Задонского о грехе и добродетели особое место занимает позиция святого по отношению к такой вечной проблеме человеческого существования, как конфликт богатых и бедных. Подверженность греху сребролюбия — одна из самых распространенных страстей, которая преодолевается человеком с большими трудностями. Свт. Тихон отмечает, что «блуднику, злобному, пьянице и прочим нужно только отстать от грехов и покаяться, чтобы спастись: а лихоимцу не токмо отстать должно от лихоимания, но и восхищенное возратить тому, у кого похитил, или, когда того невозможно учинить, расточить, что зле собрал, и тако каяться; иначе бо ему каяться невозможно» [1, 984].

Сребролюбие явилось причиной предательства Иуды, и этот грех систематически повторяется в истории человечества. Иуда пытался раскаяться, вернув деньги, — цену «неповинной крови», но его окамененное сердце уже неспособно было совершенно очиститься от пагубной страсти, которая повлекла его дальнейшее окончательное падение. Невозможно переоценить актуальность высказывания свт. Тихона о накопительстве для нашего времени: «Оно научает похищать, красть, лихоимствовать, суды неправо судить, правого обвинять и виноватого оправдать, научает лгать, напрасно клясться, имя Божие всуе призывать и клятву нарушать, обманывать, лука-

вить; словом, всему злу научает оно, что от христиан удалено быть должно» [2, 985].

А. Н. Островский, как никто из русских драматургов, глубоко постиг проблему пагубного, развращающего влияния «бешеных» денег на человеческую душу. В данной статье мы рассмотрим две пьесы А. Н. Островского, в которых герои не просто ищут богатства как смысла жизни. Автор, продолжая духовную традицию свт. Тихона Задонского, показывает полное «переформатирование» нравственного, внутреннего облика человека от нестяжания к беспредельной жажде обладания земными сокровищами.

Комедия А. Н. Островского неслучайно имеет говорящее название — «Бешеные деньги». Она содержит такие глубокие метафизические смыслы, которые требуют специального аналитического рассмотрения. За внешним блистательным полетом сюжета, исполненным искрометного юмора, скрывается духовно-нравственная проблематика, которая была открыта и обоснована еще А. С. Пушкиным в его романе-энциклопедии «Евгений Онегин» и продолжена М. Ю. Лермонтовым, Н. В. Гоголем, И. А. Гончаровым, Л. Н. Толстым, Ф. М. Достоевским, А. П. Чеховым, каждый из которых внес свой вклад в развитие галереи образов «лишних» людей, которые во многом составили «лицо» литературного процесса XIX века.

Конфликт «Бешеных денег» составляет борьба двух характеров, которые находятся в браке, но исповедуют абсолютно противоположные принципы.

Лидия Чебоксарова воспитана так, как полагается даме из светского общества. Она предается праздности, всевозможным развлечениям и в этом потребительском азарте находит главный вкус и смысл жизни. Лидия — красавица, а во французских романах, на которых взросла ее душа, красота трактуется как товар, который должен приносить прибыль. Исходное кредо Лидии таково: «красавиц мало, а дураков много», за их счет она и будет существовать не просто безбедно, а роскошно, как того требует ее красота. Разумеется, эта цель существования осмеивается и развенчивается А. Н. Островским, но образ настолько объемлен и красноречив, что за ним возникает тень дэнди первой половины XIX века — Евгения Онегина, который также был воспитан на примере западного, эвдемонического типа культуры.

Вот мой Онегин на свободе;
Острижен по последней моде;
Как dandy лондонский одет –
И наконец увидел свет.
Он по-французски совершенно
Мог изъясняться и писал;
Легко мазурку танцевал
И кланялся непринужденно;
Чего ж вам больше? Свет решил,
Что он умен и очень мил [2, 8].

Однако, к чести героя Пушкина, следует признать, что ему дано было понять, что его жизнь в свете порочна и пуста и что он создан для какой-то другой цели, основанной на иных началах, нежели круговорот повседневных удовольствий. Герой даже духовно заболел оттого, что утратил смысл человеческого существования. В комедии же А. Н. Островского мать и дочь Чебоксаровы пребывают в апогее погони за счастьем, которое имеет вполне конкретное определение — это «бешеные деньги», которые обещают бесконечное наслаждение земными сокровищами.

По христианским понятиям, именно сребролюбие и страсть к обогащению являются корнем всех зол и грехов, которые до неузнаваемости уродуют человеческую личность, уничтожая в ней образ и подобие Божие и приобщая ее к бесам. Человек, одержимый страстью стяжания, способен на любое преступление вплоть до совершения смертных грехов. Гений А. Н. Островского виртуозно развенчивает это затуманенное сознание, которое демонстрирует себя в монологе матери Лидии Чебоксаровой, когда она убеждает Василькова не стесняться в средствах обогащения.

«Надежда Антоновна (*горячо*) (здесь и далее выделение наше. — Л. С., Н. С.). За что вы терзаете нас? Мы заслуживаем лучшей участи. Мы ошиблись — вы бедны, но мы же стараемся и поправить эту ошибку. Конечно, по грубости чувств, вы едва ли поймете нашу деликатность, но я приведу в пример моего мужа. Он имел видное и очень ответственное место: чрез его руки проходило много денег, — и знаете ли,

он так любил меня и дочь, что, когда требовалась какая-нибудь очень большая сумма для поддержания достоинства нашей фамилии или *просто даже для наших прихотей*, он... не знал различия между своими и казенными деньгами. Понимаете ли вы, он *пожертвовал собой для святого чувства семейной любви*. Он был предан суду и должен был уехать из Москвы» [3, 53].

Желание жить в роскоши *любой ценой* затмевает элементарные принципы порядочности, нарушение Божией заповеди «не укради» объявляется *святой* семейной добродетелью. Поистине мать Лидии Чебоксаровой кружится в дьявольском вихре перевернутых понятий о добре и зле, грехе и его последствиях, об отношениях детей и родителей, о воспитании в своих чадах ответственности за свой жизненный выбор.

Деловой человек Васильков — антипод того «темного царства» греха, в котором привычно вращаются герои пьесы. Он труженик, он честный предприниматель, который стремится не столько к прибыли, сколько к общественной пользе.

А. Н. Островский не пожалел для своего положительного героя разнообразных красок, которые рисуют его как русского человека, прекрасно сознающего свою национальную идентичность. Он прежде всего христианин, дающий отповедь плоским, языческим представлениям о счастье матери и дочери Чебоксаровых.

«Васильков. Да подите ж прочь с вашими советами! Никакая нужда, никакая красавица меня воровством не сделают. Если вы мне еще раз о воровстве заикнетесь, я с вами церемониться не буду» [3, 54].

Васильков любит свою жену Лидию, но его любовь — трезвомыслящая, заботящаяся о душе своей второй половины, а не о потакании капризам изуродованного неверным воспитанием существа. И в этом эпизоде наступает пик конфликта двух систем ценностей, которые одновременно не могут существовать в брачном союзе мужчины и женщины: 1) идеал жизни по заповедям Божиим и 2) по прихотям, стихиям мира сего. Лидия фанатично преследует свою цель: ее красота должна толкать мужа и других обожателей на постоянное поправление нравственного долга и обязанностей перед Создателем. Она — кумир, ради обладания которым поклонникам «все позволено». Это уже не просто заблуждение неопытного ума, это форменное беснование, базисом которого является богоборчество. Героине принадлежит реплика, раскрывающая сущность ее «бунта» в браке.

«Лидия (тихо). Затеваю. Никто так меня не унижал, как он. Я теперь не женщина, *я змея!* И я его больно ужалю» [3, 54].

Как и во многих комедиях А. Н. Островского, картинка нравов перестает быть смешной, а вызывает ужас своей обнаженной демонстративной причастностью злу. Конфликт Чебоксаровой и Василькова

перерастает границы семейно-бытового и поднимается на бытийный уровень. «Русскость» героя и «западничество» героинь сходятся почти в смертельном поединке. И здесь следует вновь обратиться к А. С. Пушкину.

В романе «Евгений Онегин» Татьяна, «русская душой», ценой своей жертвенной любви возвращает «лишнего» человека к национальным истокам его собственной судьбы. В комедии А. Н. Островского эту роль призван сыграть смешной, но добрый, искренний и простой **провинциал** Васильков, которому принадлежит урок, преподаваемый им собственной жене.

«Лидия. Вы меня извините, я не поняла вас. Объясните мне, что значит слово «экономка» и какие ее обязанности?»

Васильков. Извольте, объясню: но, если вы не примете моего предложения, я больше не вернусь к вам. Экономка — значит женщина, которая занимается хозяйством. Это ни для кого не унижительно. А вот обязанности: у меня в деревне маменька-старушка, хозяйка отличная, вы поступите к ней под начальство — она вас выучит: грибы солить, наливки делать, варенье варить, передаст вам ключи от кладовой, от подвала, а сама будет только наблюдать за вами. Мне такая женщина нужна, я постоянно бываю в отъезде» [3, 83].

Этот традиционный русский рецепт выздоровления души от «французской мифологии» в конце концов принимается героиней как единственно спасительный. От ненависти к мужу она переходит к уважению, а возможно, и более нежным чувствам. Бесовские чары спадают с глаз, в безнравственной красавице пробуждается совесть. Чебоксаровазревает:

«Лидия (подает мужу руку). Благодарю вас, что на целый день вы даете волю моим слезам. Мне нужно о многом поплакать! О погибших мечтах всей моей жизни, о моей ошибке, о моем унижении. Мне надо поплакать о том, чего воротить нельзя. **Моя богиня беззаботного счастья валится со своего пьедестала**, на ее место становится грубый идол труда и промышленности, которому имя бюджет. Ах, как мне жаль бедных, нежных созданий, этих милых, веселеньких девушек! Им не видать больше изящных, нерасчетливых мужей! Эфирные существа, бросьте мечты о несбыточном счастье, бросьте думать о тех, которые изящно проматывают, и выходите за тех, которые грубо наживают и называют себя деловыми людьми» [3, 86].

Как видим, нравственный итог комедии А. Н. Островского состоит в возвращении заблудшего чада в символический отчий дом, где царствует евангельская Истина: кто не работает, тот не ест. Лекарство от соблазна «бешеных денег» — только трудовые деньги, которые не позволяют человеку сорваться в бесовское состояние ради приобрете-

ния несправедливого богатства, которое неминуемо влечет к вечной гибели души. Как мы уже отмечали, святые отцы Церкви (в их числе и свт. Тихон Задонский) доскональным образом исследовали этот вопрос и пришли к выводу, что покаяние в страсти сребролюбия — довольно сложный процесс, состоящий из нескольких ступеней. Чтобы избавиться от этого недуга, необходимо вернуть всем «обиженным и оскорбленным» то, что когда-то было у них отнято. Героиня А. Н. Островского получила от мужа рецепт возможного спасения, но ее окружение продолжает находиться в вихре «вечного» праздника за чужой счет. Если крупный бес в лице гордой, самолюбивой Лидии оказался посрамленным, то Телятевы, Глумовы, Кучумовы и другие продолжают крутиться в хороводе мелких бесов, ощущающих себя в их среде чрезвычайно комфортно. Правда жизни у этих господ давно подменена некими «правилами», которые выдаются за «врожденную светскость». Комедия заканчивается репликой Телятева, который решительно не усвоил «урока» Василькова.

«Телятев. Ты не хочешь ли дать мне денег взаймы? Не давай, не надо. Пропадут, ей-Богу, пропадут. Москва, Савва, такой город, что мы, Телятевы да Кучумовы, в ней не погибнем. Мы и без копейки будем иметь и почет, и кредит. Долго еще каждый купчик будет за счастье считать, что мы ужинаем и пьем шампанское на его счет» [3, 86].

Тема пагубного влияния несправедливых денег на человеческую личность продолжена автором в комедии «Лес». Но здесь она приобретает некие дополнительные оттенки, раскрывающие всю глубину христианского понимания проблемы А. Н. Островским.

В комедии «Лес» религиозно-нравственная завязка действия, как это нередко встречается у драматурга, начинается с утверждения героями прямо противоположных ценностных ориентиров. Буланов и Аксюша — герои-антиподы, которых Гурмыжская собирается выгодно сосватать.

«Аксюша. Иное можно купить за деньги, а другого нет.

Буланов (презрительно улыбаясь). Философия! (Серьезно). Вы толку в деньгах не знаете, оттого так и разговариваете. Видно, нужды-то не видали? А тут впереди жизнь приятная... **За деньги-то люди чёрту душу закладывают**, а не то чтоб отказываться» [3, 90].

Итак, мечта обозначена: деньги любой ценой — вот цель и смысл жизни. Наслаждение «приятной жизнью» составляет идеал и богатой помещицы Раисы Гурмыжской, но она более сложный характер, поскольку чувствует, что грубый материальный расчет должен быть прикрыт какой-то возвышенной риторикой, создающей ей особую привлекательность в губернии. Гурмыжская «играет» в христианство, рассыпая кругом библейские афоризмы, прикрывая правдой Евангелия светские «правила» хорошего

тона: «Все люди нам ближние. Господа, разве я для себя живу? Все, что я имею, все мои деньги принадлежат бедным; я только конторщица у своих денег, а хозяин им всякий бедный, всякий несчастный» [3, 92].

Эта мысль — святоотеческая, глубоко верная, но насколько соответствует она житейской практике самой героини? А. Н. Островский, как и Л. Толстой, умеет срывать маски со своих персонажей. Как и многие герои русской классической литературы, Гурмыжская — «ложная» христианка, не понимающая своего кощунственного отношения к Богу, Который прежде всего взирает на человеческое сердце. А в нем гнездятся самые разнообразные пороки. И прежде всего это грехи сребролюбия, лицемерия и самоугождения, которые к «истинному» христианству не могут иметь никакого отношения.

Играя в благодетельницу, Гурмыжская объявляет обществу, что решила «сделать три добрых дела разом». Она хочет выдать замуж за недоучившегося гимназиста, но «мальчика на возрасте», который годится в солдаты, свою племянницу, девушку бедную, но весьма привлекательную, и сделать ей хорошее приданое. Но за этой добропорядочной вывеской скрываются такие грехи и порочные наклонности, которые срывают маску с ложной христианки. Предполагаемый «жених» нравится самой «старушке», и она не прочь женить его на самой себе. Ее диалоги с Аксюшей выявляют в ней полное равнодушие и даже презрительное, пренебрежительное отношение к молодой сопернице, потому что она не имеет гроша за душой, бесприданница.

«Аксюша. Жених! Кому нужен такой жених?

Гурмыжская. Ну, это выше твоего понятия.

Аксюша. И не хорош, и не умен.

Гурмыжская. Вздор! Ты глупа, а он умен, хорош, образован. Скажите, скажите! Это ты нарочно. Ты же не слепая. Тебе только хочется раздражить.

Аксюша. Да вам-то что же?

Гурмыжская. Как что? Это *мой* выбор, *мой* вкус. Не тебе чета, светские дамы им увлекались.

Аксюша. Чести им не делает.

Гурмыжская. Ах, ах! Она рассуждает. И почему ты знаешь, что честь, а что бесчестье?

Аксюша. Я девочка с улицы, не светская дама, а не польщусь на такое сокровище.

Гурмыжская. А я тебе приказываю.

Аксюша. Я ведь не пойду за него; к чему же эта комедия?

Гурмыжская. Комедия! Как ты смеешь? Да хоть бы и комедия: я тебя кормлю и одеваю и заставлю играть комедию. Ты не имеешь права входить в мои намерения: мне так нужно, и все тут. Он жених, ты невеста... Вот *моя* воля!» [3, 102–103].

Этот диалог погружает нас в атмосферу уже отмененного крепостного права. Отношение к ближним, как к бессловесным рабам, игрушкам прихотей богатых, с которыми можно поступать по *своей* воле,

своим капризам и расчетам, несовместимо с краеугольным понятием божественной жертвенной любви, которая является основой христианского учения. Тем не менее Гурмыжская считает себя благодетельницей, выполняющей заповедь о помощи ближним. Аксюша любит другого человека, и для ее счастья необходима небольшая сумма денег в качестве приданого. Но Гурмыжская не может переступить через свои эгоистические интересы и сделать счастливой племянницу. Поэтому для адекватного истолкования пьесы А. Н. Островского «Лес» вполне уместно привлечение цитат из учения свт. Тихона Задонского: для покаяния в неправедном богатстве грешнику необходимо вернуть украденное у обиженного и оскорбленного им человека. В комедии появляется ее центральный персонаж — трагический актер Несчастливцев, родной племянник и законный наследник Гурмыжской. Его тетка долгие годы обкрадывала своего родственника, прикрывая свой грех «светской любезностью». Несчастливцев помогает тетке вернуть деньги, которые на самом деле принадлежат ему, чем повергает Гурмыжскую в шоковое состояние.

«Гурмыжская. Я никак не ожидала... Сам от денег отказывается! Как это мило с его стороны! И напрасно я напомнила про этот долг. С чего это я расчувствовалась! *Играешь-играешь* роль, ну и заиграешься. Ты не поверишь, мой друг, как я не люблю денег отдавать» [3, 136]. Актер-трагик подарил ей эти деньги, потому что считал почти святой, он сделал хорошее дело и счастлив. Однако Гурмыжская перед своим будущим супругом срывает маску: ее христианская риторика призвана прикрыть ее вполне языческую жизнь по страстям и стихиям мира сего.

Несчастливцеву становится известной безнравственная позиция его тетушки, и он совершенно справедливо рассудил, что неправедное богатство развратит ее еще больше. Гурмыжская вынуждена отдать ему долг — тысячу рублей (крупную сумму по тем временам). Так актер-трагик становится почти богачом, в воображении его и Счастливецца мелькают будущие картины безбедной жизни в русском духе удали и размаха. Однако будущая жизнь на широкую ногу оказалась мифом, поскольку наряду с этими мечтами у актера есть еще желание устроить жизнь своей племянницы. Аксюша от безысходности собралась было идти в актрисы, но любовь и семейная жизнь с дорогим ее сердцу человеком привлекает героиню неизмеримо сильнее, чем карьера. Счастье влюбленных упирается в ту же сумму, которую Гурмыжская отдала Несчастливцеву. Какой же выбор сделает главный герой пьесы А. Н. Островского? На одном полюсе — самоугождение, сытость и беспечное существование, на другом — милосердие и сострадание к бедной сиротке. Нищий актер, не колеблясь, совершает истинно христианский поступок — отдает единственные деньги, в сущно-

сти, «все свое пропитание» Аксюше в приданое, что позволяет соотнести его выбор с образом бедной вдовы из Евангелия, которая положила последние две лепты на церковные нужды. Причем Несчастливцев делает это без всякой позы, напыщенных фраз и рассуждений о любви к ближним. Но комедия А. Н. Островского неслучайно называется «Лес». В заключительном монологе Несчастливцева автор обнажает идею своей пьесы как конфликта двух систем ценностей: 1) «игры» в христианство богатых и равнодушных бездельников и 2) истинных христиан, которые отдают последнее, чтобы пожалеть и поддержать нуждающегося.

«Несчастливцев. Комедианты! Нет, мы артисты, благородные артисты, а комедианты — вы. Мы коли любим, так уж любим; коли не любим, так ссоримся или деремся; коли помогаем, так уж последним трудовым грошом. А вы? Вы всю жизнь толкуете о благе общества, о любви к человечеству. А что вы сделали? Кого накормили? Кого утешили? Вы тешите только самих себя, самих себя забавляете. Вы комедианты, а не мы» [3, 172–173].

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

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

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

E-mail: stuf77@mail.ru

Учение святителя Тихона Задонского о «все-человеческом» братстве лежит в основе «театра» А. Н. Островского. Оно было близко и А. П. Чехову, который тоже на подмостках сцены ненавязчиво учил публику христианским добродетелям. В советскую эпоху христианская система ценностей легла в основу драматургии А. Вампилова. Сделано это было с лучшим тактом и мастерством, и при этом идея братства людей во Христе свт. Тихона Задонского не была утрачена, а получила дальнейшее развитие в условиях совершенно новых социальных обстоятельств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иоанн (Маслов), схиархимандрит. Симфония по творениям святителя Тихона Задонского. — М.: Самшит, 2000. — 1180 с.

2. Пушкин А. С. Собрание сочинений: В 10 тт. Т. IV / А. С. Пушкин. — М.: Правда, 1981. — 430 с.

3. Островский А. Н. Избранные пьесы: В 2 т. Т. II / А. Н. Островский. — М.: Художественная литература, 1972. — 567 с.

*Lipetsk State Pedagogical P. Semenov-Tyan-Shansky University
Satarova L. G., Doctor of Philology, Professor of the Russian
Language and Literature Department*

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

E-mail: stuf77@mail.ru

НОБЕЛЕВСКИЕ «ТЕМЫ» ИВАНА БУНИНА

О. А. Бердникова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 19 октября 2023 г.

Аннотация: в статье рассмотрена история представления кандидатуры И. А. Бунина на Нобелевскую премию в аспекте тематики его произведений, послуживших основанием для ее присуждения. В статье дореволюционные и эмигрантские произведения писателя связаны темой «средней России», ставшей для европейских экспертов главным основанием для предпочтения Бунина в ряду других русских писателей-изгнанников.

Ключевые слова: И. А. Бунин, Нобелевская премия, тема «средней России», московский рассказ «Благосклонное участие», культура.

Abstract: the article examines the history of the presentation of I. A. Bunin's candidacy for the Nobel Prize in terms of the subject of his works, which served as the basis for its award. In the article, the writer's pre-revolutionary and emigrant works are connected with the theme of "middle Russia", which has become the main reason for European experts to prefer Bunin among other Russian exiled writers.

Keywords: I. A. Bunin, Nobel Prize, the theme of "middle Russia", the Moscow story "Benevolent participation", culture.

Иван Бунин дебютировал в ряду писателей-современников рубежа XIX–XX веков, позже вошедших в «золотой фонд» русской литературы XX века. Среди них — Д. Мережковский, Л. Андреев, М. Горький, Е. Замятин, А. Куприн, Б. Зайцев, А. Ремизов, А. Толстой, И. Шмелев. Из этого славного ряда И. А. Бунин выделяет неизменный, стойкий и живой интерес читателей и ученых как в России, так и во многих странах Европы и Азии. Главную причину этого многие связывают с получением писателем в 1933 году Нобелевской премии по литературе, которая, безусловно, принесла ему всемирную известность.

Сам Бунин воспринял решение Стокгольма впервые присудить премию писателю-изгнаннику как «событие истинно национальное», прежде всего, значимое для «той странной России, которая сейчас рассеяна по всему свету», «столь униженной и оскорбленной во всех своих чувствах» [1, 301]. Вместе с тем выбор среди претендентов — тоже русских писателей-изгнанников — именно Бунина точно объяснила З. Гиппиус: «Шмелев, как и Бунин, весь русский, с головы до пят. Но у Бунина есть, сверх этого, магичность исключительного таланта и сдержанность, собранность; они приближают его к всемирности. Шмелев же остается русским, только русским, со всеми русскими и грехами, и дарами» [2, 369].

Это сочетание глубинной русскости и всемирности — пушкинская черта — является, возможно, основной причиной научного и читательского интереса к творческому наследию И. А. Бунина и в наше время.

Между тем в науке в начале XXI века можно выделить особый вектор, направленный на изучение

творчества писателей-лауреатов Нобелевской премии как специфического художественного и культурного феномена.

Так, в 2017 году вышла книга Т. В. Марченко «Русская литература в зеркале Нобелевской премии», в которой автор публикует архивные материалы 1901–1966 годов Шведской академии (Стокгольм), открытых после пятидесяти лет хранения, среди которых — письма-номинации, экспертные обзоры и финальные протоколы заседаний Нобелевского комитета. Привлекаются также отрывки из статей шведской периодики и экспертные заключения изданий русского зарубежья. Особенно интересны экспертные заключения претендентов, отвергнутых в разные годы Нобелевским комитетом: среди них — М. Горький, Н. Бердяев, В. Набоков, К. Бальмонт, Д. Мережковский, И. Шмелев, М. Алданов, Б. Зайцев, П. Краснов, Л. Леонов, А. Ахматова, К. Паустовский [3]. Кстати заметить, в этом списке половина тех, кто вместе с Буниным входил в литературу.

Другой подход к проблеме предложили ученые Петрозаводского государственного университета, которые, начиная с 2021 года, стали проводить ежегодную научно-практическую конференцию «По следам Нобелевской премии по литературе», которая посвящена исследованиям творчества и биографии писателей и поэтов, ставших лауреатами этой премии. В числе обсуждаемых вопросов — история учреждения, формат и процедура выбора и награждения, выдающиеся русские и зарубежные лауреаты по литературе прошлого и настоящего, содержание речей лауреатов, произведения лауреатов Нобелевской премии по литературе в историко-культурном контексте XX–XXI веков.

Наконец, юбилеи получения Нобелевской премии русскими писателями, как правило, отмечают в русле научных конференций, посвященных каждому писателю [4].

Таким образом, вполне актуальной будет постановка вопроса о тех, условно говоря, нобелевских темах в творчестве писателя, которые стали основанием для присуждения ему премии. Тем более, судя по опубликованным в книге Т. В. Марченко мнениям и дискуссиям экспертов, каждая рекомендация того или иного претендента сопровождалась более или менее развернутой ссылкой на вполне определенные произведения или темы его творчества.

Проблема присуждения Нобелевской премии первому русскому писателю была особенно острой и дискуссионной в силу исторических обстоятельств, вынудивших самых значимых представителей русской культуры после революции 1917 года искать прибежище в странах Европы. Имя Ивана Бунина как основного претендента появилось практически сразу после его эмиграции, и первым на эту премию еще в 1923 году его рекомендовал Ромен Роллан, указавший в своем письме председателю Нобелевского комитета на красоту и чистоту художественной формы, мастерство новеллиста, анализ души русского человека, но особенно важным для французского писателя явилось изображение Азии, в частности Индии, «ее прелести и таинственного ужаса» [5]. Впрочем, это письмо было еще в 1965 году опубликовано первым советским биографом писателя А. К. Бабореко и повторено затем в его известной монографии.

Однако премия была вручена И. А. Бунину лишь спустя десять лет, и в книге Т. В. Марченко приведена история знакомства шведских славистов-экспертов с творчеством И. А. Бунина, читавших его произведения в переводах на французский язык, так как в Швеции имя Бунина было практически не известно.

Так, еще до появления первой книги романа «Жизнь Арсеньева», ставшим, по общему признанию, основным поводом для присуждения премии (а полностью весь роман вышел только в 1930 году), эксперты Шведской академии в качестве основных заслуг Бунина-художника слова выделяли повести «Деревня» и Суходол», рассказ «Чернозем», а также переведенные на французский язык некоторые стихотворения и поэму «Листопад», отмечая, что в лирике природы ему нет равных. При этом очень важно, что эксперты знакомы и с критическими оценками дореволюционных авторов, в частности, с опубликованной С. Венгеровым в своей «Русской литературе XX века» статьей Ф. Батюшкова, а также отзывами критиков и писателей русской эмиграции, чаще всего противопоставлявших традиционализм Бунина поэтам и писателям русского модернизма начала XX века. Крайне значимым фактом стали для шведских экспертов и полученные Буниным две Пушкинские премии Российской Академии как признание его заслуг продолжателя русской классической традиции.

Этим во многом объясняется тот факт, что европейские эксперты воспринимали Бунина в привычных для дореволюционного периода характеристиках — как объективного повествователя о тягостных буднях русской деревни, отказавшегося от идеализации крестьянства, а также поэта старых дворянских усадеб и поэтического наследия усадебной культуры [3, 258–267].

Кстати заметить, ряд экспертных оценок бунинской «Деревни» носит крайне тенденциозный и политизированный характер [3, 267], то есть даже любившие русскую литературу шведские специалисты смогли воспринять только одну из граней его мировоззренческой позиции. Ведь И. Бунин показывает негативные стороны крестьянской жизни и «трагические основы» национального характера как писатель, озабоченный судьбой России, но все-таки увидевший в русском человеке не только «дубину», но и «икону» (достаточно вспомнить старика Иванушку или мужика в трактире Авдечка, в которых акцентированы светлые начала народной души). Ведь и в спорах братьев Красовых о русском человеке нет однозначно отрицательных выводов. Далеко не случайно гневное восклицание Бунина в ответ на упреки в жесткости его политической позиции, выраженной в лекции «Миссия русской эмиграции»: «Россия! Кто смеет меня учить любви к ней?!» [6, 367].

Ведь и свой единственный роман, принесший ему Нобелевскую премию, писатель начинает словами: «Я родился пятьдесят лет назад в средней России, в деревне, в отцовской усадьбе» [VI, 7], он начинает родословную своего героя с мысли об укорененности писателя в русском мире. Осознание своей общности: с родной природой, дворянским родом-племенем, национальным целым народом и страны, ее культурой — переплавляется в сугубо личностное, художественное переживание бытия, поскольку творческие личности имеют у Бунина «иную онтологию человеческого существа» (Н. А. Бердяев).

Показательно при этом, что в статье «Нобелевские дни» Бунин описывает свои дорожные впечатления: в одном из пейзажей в Германии в лунном свете было «нечто, напоминающее Россию (оснеженные деревья)». А по приезде в Стокгольм его «осаждают люди в шубах, как когда-то на Николаевской дороге...» [VI, 302], то есть, пребывая в европейском пространстве, писатель ищет в окружающих его чужих реалиях родные, русские черты.

Таким образом, можно сказать, что главной Нобелевской темой Бунина — в оценках европейских рекомендателей — становится тема «средней России» и связанные с ней проблемы дворянства и крестьянства как традиционных основ российской государственности, разрушенных революцией 1917 года.

И. А. Бунин неоднократно подчеркивал историческую и культурную значимость средней России: «Я рос в средней России, в той области, откуда вышли не только Анна Бунина, Жуковский и Лермонтов, — имение Лермонтова было поблизости от нас, — но вышли Тургенев, Толстой, Тютчев, Фет, Лесков... И все это: эти рас-

сказы отца и наше со всеми этими писателями общее землячество, все влияло, конечно, на мое прирожденное призвание. Мне кажется, кроме того, что и отец мой мог стать писателем: так сильно и тонко чувствовал он художественную прозу, так художественно всегда все рассказывал и таким богатым и образным языком говорил. И немудрено, что его язык был так богат. Область, о которой я только что сказал, есть так называемое Подстепье, вокруг которого Москва, в целях защиты государства от монгольских набегов с юго-востока, создавала заслоны из поселенцев со всей России» [7].

Так и в самом романе «общее» с великими русскими писателями «землячество» — как понятие, включающее культуру и язык, — осознается им как исток творческой одаренности его главного героя.

Более того, в понятие «землячество» Буниным включена и духовная составляющая: «И чем, позвольте спросить, какой-нибудь Тобольск хуже Ельца, Воронежа? Да и вообще все вздор и пустяки! Пройдет дурное, пройдет и хорошее, как сказал Тихон Задонский, — все пройдет!» [V, 77–78]. Если Тобольск для отца Арсеньева — символ Сибири, то Елец и Воронеж — символ «средней России», Подстепья. И святитель Тихон Задонский, будучи епископом воронежским, упомянут вместе с Ельцом и Воронежем весьма показательно, становясь духовным символом средней России как «края отеческой привязанности». И, по утверждению самого Бунина, местом «происхождения» по сути всей великой русской литературы.

Не случайно, эксперты единодушно отмечают, что роман «дышит жгучей и страстной любовью к Отчизне» [3, 310], видят в романе «возвышенный идеализм и глубокую религиозность». В их оценках Бунин предстает как «писатель-лирик» и «писатель-философ».

Но в поле зрения экспертов-рекомендателей попадают и написанные уже в эмиграции произведения, прежде всего, изданный в 1931 году в Париже сборник «Божье дерево», в который вошли так называемые «краткие рассказы». В малой прозе, анализ которой дает шведский эксперт, он отмечает особый жанр — «эскизы, миниатюры, стихотворения в прозе», посвященные Буниным изображению «Россию своей молодости». И снова, как пишет рецензент, писатель показывает «русский тип, русскую ситуацию, русский ландшафт», при этом и роман «Жизнь Арсеньева», по мнению эксперта, можно назвать большим «стихотворением в прозе» [3, 317–318]. Именно этот сборник прибавил в характеристику Бунина новую дефиницию — «трагический писатель». Автор наиболее пространного и профессионального отзыва вполне осознанно добавил рассказы этой книги в те Нобелевские «темы», которые, по его мнению, могут усилить аргументацию в пользу кандидатуры И. А. Бунина.

В книгу «Божье дерево» вошел и написанный в 1929 году едва ли не самый необычный рассказ о «средней России» — «Благосклонное участие», редко попадавший в сферу внимания исследователей

прозы писателя. Это достаточно редкий у Бунина московский рассказ, в котором повествователь описывает рождественский концерт старой артистки, точнее, ее подготовку к этому выступлению.

По жанру это праздничный — рождественский — рассказ, главная тема которого — чудо в Рождественские дни. При этом «Благосклонное участие», скорее, относится к тому особому жанру, который назван Ю. Айхенвальдом «ироническим святочным рассказом». Это определение проницательный критик отнес к «Святочному рассказу» — под этим заглавием появился 25 декабря 1914 года в газете «Русское слово» рассказ, позже переименованный Буниным и названный им «Архивное дело». Ю. Айхенвальд отмечает в рассказах этого периода «язвительную иронию, писательскую желчность, печальную способность сарказма» [8, 193].

Действительно, в рассказах есть общие мотивы: во-первых, тип повествователя — свидетеля произошедших событий: в «Архивном деле» — это чиновник, служащий «в нашей земской губернской управе», в «Благосклонном участии» — некий московский житель. Для «голоса» такого повествователя характерны вводные конструкции («ну скажем», «положим») и общая, но в разной степени заметная ироническая интонация. Во-вторых, тип героя, которого повествователь в рассказе 1914 года называет «потешный старичок», а в рассказе 1929 году — это тоже своего рода потешная старуха, «бывшая артистка императорских театров» [IV, 520]. Общим является и новеллистический мотив необычного, «чудесного» события — архивариус Фисун, всю долгую службу просидевший в подвале, поднимается на второй — господский — этаж губернской земской управы, где неожиданно встречается с известным литератором Станкевичем, а героиня «Благосклонного участия» — «восходит» на сцену для выступления, при этом и сам репертуар, и овации зрителей показаны с явной иронией.

Однако существенны и различия между ироническим святочным рассказом дореволюционного периода творчества Бунина и написанным в эмиграции, тем более, во время работы над романом «Жизнь Арсеньева». Именно этот факт является, на наш взгляд, решающим в изменениях в «сюжете настроения» «нобелевского» рассказа писателя.

Так, смещается главный акцент — от социально-обличительного в «Архивном деле» на социально-бытовой, эстетический: Бунин подчеркивает значимость и самоценность русской жизни дореволюционной Москвы. В какой-то мере этот рассказ предваряет «Чистый понедельник» — тоже праздничный — Пасхальный рассказ Бунина, так как первый день Великого поста уже входит в пасхальный календарный цикл.

В «Архивном деле» Бунин выбирает эффектный, но уничижительный сюжетный «ход»: два старика — блестящий «лев» Станкевич, только что говоривший о свободе и справедливости, и маленький глухой Фисун — сталкиваются в туалетной комнате, уравнен-

ные старческой немощью. И возмущение либерала Станкевича появлением Фисуна в господской уборной так напугало бедного архивариуса, что он умирает» [9]. Т. А. Никонова справедливо пишет о том, что это рассказ не о маленьком человеке (очевидна апелляция Бунина к персонажам Н. В. Гоголя и А. П. Чехова), а «предчувствие «Окаянных дней», разрушительной силы либеральной лжи» [10, 163].

В «Благосклонном участии» ирония направлена на экзальтированное, театральное поведение героини, знающей, что «происходит с ней каждый год в декабре», и тем не менее, воспринимающей ритуал ее приглашения так, как будто это единожды произошедшее «чудо» — не случайны рядом стоящие у Бунина «каждый год» и «однажды», и слово «артистка», дважды прозвучавшее — в первой и последней фразах рассказа. Писатель подчеркивает и повторяемость процесса подготовки к выступлению, волнение — «с чем выступить?» «триумф или гибель?», и каждый год выбирается «старый неизменный репертуар». И снова Бунин, признанный мастер слова, «лучший стилист современности» (М. Горький) совмещает многократность («как всегда») и уникальность («этот последний роковой день!»).

Однако повторяемость и как бы запрограммированность рождественского чуда не мешает Бунину показать неповторимое очарование московских зимних дней, «множество афиш всех цветов и размеров пестрят на всех ее улицах и перекрестках», «окаменевшие с морозу ноги» двух «франтов-студентов «тоже без галош», которые «терпеливо сидят в одних мундирах, блестя зеркальными головами, благоухая фиксатуаром и бриллиантином, с большим бантами из белого атласа на груди, точно шафера» [IV, с.523]. И даже в этом, каждый год повторяющемся «литературно-музыкальном вечере в пользу недостаточных воспитанников пятой московской гимназии... имеющем быть на третий день Рождественских праздников», о «благосклонном участии» в котором каждый год «покорнейше просят» артистку, таится для Бунина неповторимое, «легкое дыхание» прежней России в ее самобытном облике, и ради его «воскресения» написан рассказ.

Ведь и для Арсеньева наследством является сам «воздух» России, все, что его окружало. «Жизнь Арсеньева» — это книга старого русского писателя, родившегося «50 лет тому назад в средней России, в деревне, в отцовской усадьбе», о своей судьбе и судьбе России. Наследием является и сама его любовь к России, которой проникнуты и «крестьянские» произведения, и «краткие рассказы», и эта — Нобелевская —

книга Ивана Бунина — этот «восторженный гимн жизни, красоте мира, самому себе» [11].

Главной темой И. А. Бунина, вдохновляющим его «наследием» является любовь к России, которой проникнуты и «крестьянские» произведения, и «краткие рассказы», и «Жизнь Арсеньева» — Нобелевские книги Ивана Бунина.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бунин И. А. Нобелевские дни / Бунин И. А. // Собр. соч.: В 6 томах. — М.: Художественная литература, 1988. Т. VI, 301. Произведения И. А. Бунина цитируются по этому изданию с указанием тома (римской цифрой) и страницы (арабской).
2. Антон Крайний. Полет в Европу / Антон Крайний // Литература русского зарубежья. Антология в шести томах — М.: «Книга», 1990. — Том.1. — Книга 2.
3. Марченко Т. В. Русская литература в зеркале Нобелевской премии / Т. В. Марченко. М.: Издательский центр Азбуковник, 2017. — 668 с.
4. См.: Метафизика И. А. Бунина. Сборник научных трудов, посвященный 150-летию со дня рождения И. А. Бунина. Выпуск 5. Юбилейный. — Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2021. — 336; Подъем. — 2020. — № 6–12; Россия Ивана Бунина и культура русского Подстепья (к 150-летию со дня рождения И. А. Бунина): материалы Всероссийской научной конференции (24–26 сентября 2020 г.). — Елец: Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2020.
5. Бабореко А. К. И. А. Бунин: Материалы для биографии. (С 1870 по 1917) / А. К. Бабореко. — М.: Худож. лит., 1967. — 303, 14 л. ил.; 21 см.
6. Бунин Иван. Окаянные дни. Воспоминания. Статьи / Иван Бунин. — М.: Советский писатель, 1990.
7. Бунин И. А. Воспоминания Бунина: И. А. Бунинъ. Воспоминания. Париж 1950. Автобиографическія заметки / И. А. Бунин. — Режим доступа: <http://bunin.niv.ru/bunin/bio/vospominaniya-bunina-1.htm>.
8. Айхенвальд Ю. Силуэты русских писателей / Ю. Айхенвальд. — М.: Республика, 1994.
9. См. об этом: Бердникова О. А. Рождественский сюжет и его модификации в прозе И. А. Бунина / О. А. Бердникова // К 150-летию юбилею И. А. Бунина. Вестник ВГУ Серия «Филология и журналистика». — 2020. — № 4. — С. 8–12.
10. Никонова Т. А. Рассказ «Архивное дело» в его отношениях с прецедентными текстами / Т. А. Никонова // «Воронежский текст» русской культуры: страницы истории и современность. Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2015. — Вып. 3. — С. 158–163.
11. Кузнецова Г. Н. Из «Грасского дневника» / Г. Н. Кузнецова // Иван Бунин. Литературное наследство. — М., 1973. — Т. 84, кн. 2. — С. 254–300.

Воронежский государственный университет

Бердникова О. А., доктор филологических наук, профессор кафедры русской литературы XX–XXI веков, теории литературы и гуманитарных наук

E-mail: olberd@mail.ru

Voronezh State University

Berdnikova O. A., Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian literature XX–XXI centuries, theory of literature and Humanities

E-mail: olberd@mail.ru

НОБЕЛЕВСКИЕ ЛАУРЕАТЫ: И. А. БУНИН И И. И. МЕЧНИКОВ О «ЧАШЕ ЖИЗНИ»

Г. Ю. Карпенко

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева

Поступила в редакцию 31 октября 2023 г.

Аннотация: в статье рассматриваются взгляды на природу человека писателя И. А. Бунина и физиолога И. И. Мечникова. Мечников исходит из доказательства дисгармонии человеческой природы и разрабатывает правила рациональной гигиены для преодоления дисгармонии и спасения человеческого рода от патологической старости и преждевременной смерти. В рассказе Бунина радикальным последователем учения Мечникова является Горизонтов, думающий наполнить «чашу жизни» для всего человечества здоровым «физиологизмом» своей природы: он начинает борьбу в самом себе с дисгармонией, он «первенец», завещающий себя человечеству (Московскому императорскому университету), он «сын человеческий». Для Бунина и Мечникова «чаша жизни» — это не «вещь», которую надо искать, а это «сакральность», неотделимая ни от «моего тела», ни от «моей души», и ее поиск сопряжен с Богом и/или со всем Человечеством.

Ключевые слова: И. А. Бунин, И. И. Мечников, «чаша жизни», ортобиоз, дисгармония человеческой природы, естественнонаучная нравственность, спасение человечества.

Abstract: the article discusses the views on human nature of the writer I. A. Bunin and the physiologist I. I. Mechnikov. Mechnikov proceeds from the proof of the disharmony of human nature and develops rules of rational hygiene to overcome disharmony and save the human race from pathological old age and premature death. In Bunin's story, a radical follower of Mechnikov's teachings is Horizons, who thinks to fill the "cup of life" for all mankind with the healthy "physiologism" of his nature: he begins a struggle in himself with disharmony, he is the "firstborn" bequeathing himself to humanity (Moscow Imperial University), he is the "son of man". For Bunin and Mechnikov, the "cup of life" is not a "thing" to be searched for, but it is a "sacredness" inseparable neither from "my body" nor from "my soul", and its search is connected with God and/or with all Mankind.

Keywords: I. A. Bunin, I. I. Mechnikov, "the cup of life", orthobiosis, disharmony of human nature, natural science morality, salvation of mankind.

Бывают странные сближения
А. С. Пушкин

Казалось бы, какая творческая связь может быть у писателя И. А. Бунина (1870–1953) с физиологом И. И. Мечниковым (1845–1916), который, подводя итоги сорокалетним исканиям, заявил: «...метафизика стоит вне нашего понимания» [1, 280]. Конечно, нетрудно установить внешние географические и биографические совпадения: оба в разное время жили в Одессе, вынужденно покинули Россию и умерли во Франции, в Париже. Самым ярким и значимым «общим» событием в жизни Бунина и Мечникова стало вручение им Нобелевских премий: Мечников ее получил в 1908 году за достижения в области физиологии и медицины, за труды по иммунологии, Бунин в 1933 году — за художественное мастерство, изысканность литературного стиля, «за строгий артистический талант, с которым он воссоздал в литера-

турной прозе типичный русский характер» [2, 218].

Но, как писал А. С. Пушкин, «Бывают странные сближения» [3, т. 7, 156]. О таких «странных сближениях» и пойдет речь в статье, а именно о том, как идеи Мечникова об ортобиозе (о здоровом — правильном — образе жизни) привлекли внимание Бунина, как писатель принял из рук физиолога «чашу жизни» — учение о счастье и спасении человечества — и выразил свое отношение по этому поводу и свое понимание антропологических проблем: специально по «мечниковскому следу» вывел в рассказе героя, который в своей «физиологичности» воплотил правила «рациональной гигиены» Мечникова и завещал себя как «образец» потомкам, всему человечеству.

Два деятеля отечественной культуры, гордость России, занимаясь каждый своим делом, вдруг оказались очень близкими не в решении, а в постановке «вековых вопросов», тех вопросов о «кубке жиз-

ни», которые волновали и русских писателей. Поистине «странные сближения», если иметь в виду, что трагические факты биографии Мечникова (попытка покончить жизнь самоубийством) и его учение об ортобиозе есть своеобразный невольный ответ тому настроению, которое выразил Ф. М. Достоевский, — ответ печальный и радостный: печальный, потому что Мечников дважды хотел, как говорил Иван Карамазов, «бросить кубок» [4, т. 14, 209], и радостный — оптимистичный, потому что ученый в своих работах дает научное решение тех проблем, которые поднимает и Достоевский в романе «Братья Карамазовы». Иван Карамазов в разговоре с Алешей провозглашает: «...не веруй я в жизнь, разуверься я в дорогой женщине, разуверься в порядке вещей, убедись даже, что всё, напротив, беспорядочный, проклятый и, может быть, бесовский хаос, порази меня хоть все ужасы человеческого разочарования — а я все-таки захочу жить и уж как припал к этому кубку, то не оторвусь от него, пока его весь не осилю! Впрочем, к тридцати годам, наверно, брошу кубок, хоть и не допью всего и отойду... не знаю куда. Но до тридцати моих лет, знаю это твердо, всё победит моя молодость — всякое разочарование, всякое отвращение к жизни. Я спрашивал себя много раз: есть ли в мире такое отчаяние, чтобы победило во мне эту иступленную и неприличную, может быть, жажду жизни, и решил, что, кажется, нет такого, то есть опять-таки до тридцати этих лет, а там уж сам не захочу, мне так кажется» [4, т. 14, 209].

Постановка проблемы о смысле жизни, о цели человеческого существования, которая на уровне «странных сближений» объединяет всех: и литературных героев, и писателей, и ученых, — говорит о глубинной метафизичности мышления русского человека, каким бы делом он ни занимался и каким бы по вере и неверию он ни был.

У этой русской проблемы «чаши жизни» есть свое двойное начало: одно из них обозначил Пушкин словами сомнения в смысле человеческого существования, другое — утвердил святитель Филарет (Дроздов) своим духовным ответом поэту.

26 мая 1828 года в день своего рождения А. С. Пушкин с грустью пишет:

Дар напрасный, дар случайный,
Жизнь, зачем ты мне дана? <...>

Цели нет передо мною:

Сердце пусто, празден ум... [3, т. 3, 59].

День рождения Пушкин превращает в день уныния (которое в жизненной перспективе может истлеть, исчезнуть, если только снизойдет на унывающего свет «с высоты духовной», — только в молитвенном покаянии: «В часы забав иль праздной скуки», «Отцы пустынноики и жены непорочны» [3, т. 3, 157; 337]). А если вспомнить слова поэта о «дне гнева» природы, когда она порождает зло мира («Природа жаждущих степей его в день гнева породила» [3, т. 3, 79]),

то уныние «дня рождения» приобретает антропологические очертания: дополняется злом «дня гнева», возникшим в процессе творения. Все это — «Дар напрасный, дар случайный...» — по меньшей мере выражает «новое» настроение эпохи и формирует в русской культуре «проклятый вопрос», который надо разрешить.

На грех уныния Пушкина, как известно,отреагировал митрополит Московский и Коломенский святитель Филарет стихами, написанными в жанре псевдопалинодия:

Не напрасно, не случайно

Жизнь от Бога мне дана... [5, 238].

Так в русской культуре был поставлен онто-антропологический вопрос и прозвучали первые противоположные ответы о смысле и основе человеческого существования — и выражены были эти ответы в категориях «дня»: временного художественно-экзистенциального пессимизма (Пушкин) и вечного духовного оптимизма (Филарет). Данные ответы определили и вектор последующих возможных решений: от оптимистических до пессимистических, от религиозных до научных. Именно в таком широком поле напряженного осмысления природы и предназначения человека возникает учение Мечникова и рассказ Бунина «Чаша жизни», в котором сюжетно и концептуально учитывается данное учение.

С другой — и собственно научной — стороны, постановка проблемы о содержании «чаши жизни», о конкретном наполнении «кубка» побуждает нас разобраться в сущности прозвучавших ответов, которые дали Мечников и Бунин, на вызов, брошенный человеку не только временем, историей, но и самой природой, как об этом пишет Мечников, создавая невольно широкий и глубинный контекст произведению Бунина.

Здесь нужно только учитывать, что прозвучавшие ответы имеют разные формы выражения, научную и художественную: одно высказывание — научное — претендует на статус универсального знания и объективной истины, другое — художественное — наделено только статусом присутствия, наряду с другими высказываниями, ценностно, может быть, и противоположными. Так, например, Иван Карамазов, задумавший пронести «кубок жизни» до тридцати лет, все же видит иную возможность и вариант жизни: «Отец вот не хочет отрываться от своего кубка до семидесяти лет, до восьмидесяти даже мечтает, сам говорил, у него это слишком серьезно, хоть он и шут. Стал на сладострастии своим и тоже будто на камне... хотя после тридцати-то лет, правда, и не на чем, пожалуй, стать, кроме как на этом... Но до семидесяти подло...» [4, т. 14, 210].

Обращение к контексту, который создается цитацией романа Достоевского «Братья Карамазовы», необходимо, потому что мы видим, как писателем «обывляется», «ожизняется», снижается высо-

кое значение слов «чаша жизни», «кубок жизни», в духовной традиции соотносимое с евангельским источником, с его духовно-практическими изводами, но в первую очередь с образом Иисуса Христа: «И, отойдя немного, пал на лицо Свое, молился и говорил: «Отче Мой! Если возможно, да минует Меня чаша сия; впрочем, не как Я хочу, но как Ты» (Матф 26:39). Однако нужно подчеркнуть, высокое значение слов снижается, но черта сакрального не переступается: разбиение «кубка жизни» в тридцать лет или стояние на камне сладострастия до восьмидесяти лет в мире Достоевского все равно случится в присутствии Христа [6, 157–266].

Настрой, задаваемый контекстом романа Достоевского, полезен при осмыслении разных форм высказывания о смысле жизни: какой бы «объективной» (научной) и/или духовной истина ни была, она существует, чтобы быть «живой», на уровне «обытовления», она должна быть обычной жизнью.

Такой избираемый ракурс рассмотрения — методологическую установку исследования на культурно-исторический контекст понимания [7, 7–14] — можно обосновать буниноведчески.

В толковании «ключевых смыслов» рассказа «Чаша жизни» сложилась и закрепились устойчивая традиция понимания бунинского способа описания образа жизни героев как «модернистского». Особенно «очевидна модернистская стратегия изображения» [8, 189] при «конструировании» Буниним образа жизни Горизонтова: «...суждения, а главное, поведение Горизонтова — травестирированный, опошленный, доведенный до абсурда вариант позиции, сформулированной Штольцем ...» [8, 189]; «Его (Горизонтова. — Г. К.) способ “наслаждения жизнью” для Бунина особенно неприемлем, так как обусловлен сугубо рациональным ее обустройством, а его долголетие — профанированная вечность, поскольку он решил лишь телесно увековечить себя продажей собственного скелета» [9, 128].

При этом исследователи вполне справедливо говорят о серьезности постановки Буниним самой проблемы: «В заголовке “Чаша жизни” сразу обозначена интенция автора — перевести судьбы героев в универсальный, символический, метафизический контекст» [8, 189]; «...это произведение, название которого содержит ключевые для русской литературной традиции смыслы» [9, 121].

Безусловно и очевидно, что обозначенная в названии рассказа «Чаша жизни» проблема не только серьезна, но и по содержанию сакральна. И здесь тогда возникает проблема нашего понимания Бунина: писатель серьезную проблему «чаши жизни» решает приемами травестирирования и профанирования, то есть десакрализовал сакральное? Конечно, в рамках «модернистской стратегии изображения» можно допустить, что Бунин решился на такой смелый и отчаянный шаг — «переступил» черту сакраль-

ного (бунинские оценки тех, кто попирает сакральное, известны) [10, 158–171].

А может быть, все-таки у нас в решении этого бунинского «сакрального» вопроса сложилось недопонимание.

Вот как раз рассмотрение рассказа Бунина «Чаша жизни» в контексте учения Мечникова позволяет преодолеть некоторые инструментальные подходы и стереотипное толкование и вывести произведение за пределы литературного ряда, в пространство самой жизни, и научной, и «обытовленной».

Намеченный контекст и предварительные замечания достаточны, чтобы попытаться найти и обозначить возможные точки творческих пересечений Бунина и Мечникова.

Конечно, вручение Нобелевской премии Мечникову в 1908 году создало в России атмосферу повышенного интереса не только к личности ученого, но и к его научным достижениям и идеям. И на волне общественного внимания к научной деятельности Мечникова выяснилось, что он был не только всемирно известным биологом и физиологом, но и идеологом, активным и страстным популяризатором здорового образа жизни. Более того, знакомство с его «оздоровительными» идеями дает возможность говорить, что Мечников, разработав учение ортобиоза, мог бы претендовать не просто на роль естественного философа, но и на роль спасителя человечества от бед и страданий. Учение ортобиоза есть плод научного решения антропологических вопросов фундаментального характера, «вечных вопросов» человеческого существования, «проклятых» вопросов о смысле и цели жизни, о счастье и «божьей» несправедливости, обрекающей человека на страдание и смерть, на «укороченную» жизнь. Мечников, веруя в могущество науки, являясь последовательным сторонником идей естественнонаучного прогресса, бросил религиозно-научно-атеистический вызов самому Богу, решил поправить антропологические «результаты» Творения: «Итак, я могу заключить, совершенно обратно Руссо, что все, выходящее из рук Творца, далеко не во всех отношениях совершенно и что оно также далеко не портится в руках человеческих. Напротив, человек при помощи науки в состоянии исправить несовершенства своей природы» [1, 280].

Причем нельзя сказать и упрекнуть ученого в том, что «спасительные» идеи и рецепты (правила гигиены и здорового образа жизни) Мечников извлек из узкопрофессиональной сферы науки. Он осознавал свою профессиональную деятельность как форму социального служения: одна из обязанностей такого служения — практическая забота о современном человеке. В мотивациях его деятельности было что-то от социально-философских мотиваций Раскольникова, как известно, страдавшего от царящей в мире несправедливости. Масштаб замысла Мечникова — спасение человечества не только от жизненно-бытовых

страданий, но и от социально-политических потрясений — неизбежно выводил его идеи и практические советы из замкнутой сферы научной деятельности в общественную среду и — более того — ставил его в один ряд как с «зачинателями» человечества, так и с литературными героями Достоевского, которые вынашивали подобные мессианские планы. Масштаб замысла превращал ученого в «русского мальчика», которому надо «вековечный вопрос» разрешить [4, т. 14, 213]. Но Мечников был не «помазанником» топора, а «помазанником» науки, которая, однако, вполне могла при необходимости обосновать и идею топора для достижения общего счастья человеческого.

Мечников свой проект по улучшению человеческой природы представил в двух работах «Этюды о природе человека» (1903), «Этюды оптимизма» (1907) — в «книгах захватывающего интереса», по оценке М. М. Тареева [11, 560].

Важность обращения к работам физиолога в свете заявленной проблемы о смысле человеческого существования объясняется тем, что для понимания рассказа Бунина «Чаша жизни» сугубо литературоведческих методов прочтения недостаточно: необходимо знакомство с учением ортобиоза. Дело в том, что оно находит отражение в философии жизни Горизонтова (героя рассказа Бунина) и тем самым придает этому герою и его образу жизни внесюжетное значение: произведение таким способом становится участником напряженного и заинтересованного спора о человеке, актуализированного в общественном сознании конца XIX — начала XX веков.

Концепция Мечникова о человеке — это концепция физиолога, осмелившегося поправить несовершенство человеческой природы. Она дерзновенна и претендует на многое: ее можно поставить в один ряд с концепциями Гердера и Гегеля, с социально-политическим учением К. Маркса или «Философией общего дела» Н. Федорова. Но это концепция не философа и не только физиолога, но и антрополога, философа культуры, истории и науки, а также это слово современного человека, ответственного за социальные беды и потрясения своего времени: «...современное человечество переживает известного рода общее недомогание», оно «без руля» [12, 25].

Мечников свое понимание человека строит на идее о многофункциональной дисгармонии человеческой природы. Дисгармонию он представляет системно, начиная с описания внутренних органов, с рудиментов («следов прошлого») и заканчивая осмыслением процессов старения и смерти. Сформировавшаяся (в обход эволюции) дисгармония человека, доказывает ученый, это «проклятие природы», данное нам в виде естественной дисгармонии внутренних и внешних органов и даже вкусовых ощущений: «...пищеварительные органы представляют нам столько примеров частей, бесполезных или вредных для внутренней организации» [12, 85]; «Извращения инстинкта при выборе пищи особенно распространены у человека» [12, 86].

Такого нездорового физиологического устройства человеческой природы Мечников оценивает как эволюционный сбой и как источник страданий человека как вида: «Дисгармонии человеческой природы составляют главный источник наших бедствий» [12, 266]. Для человека дисгармония, порождающая неисчислимы бедствия, оборачивается сокращением сроков его жизни. В Творении сформировалось фундаментальное противоречие между замыслом природы о человеке и «результатом» антропологической эволюции, прошедшей со сбоем и приведшей к дисгармонии: «Из всех дисгармоний человеческой природы самая главная есть несоответствие краткости жизни с потребностью жить гораздо дольше» [1, 17].

По заключению физиологов, биологический срок жизни человека, отпущенный ему природой, составляет 100–120 лет [12, 20]. Но человек не достигает полного органического предела, не испытывает «чашу жизни» до дна из-за тотальной дисгармонии собственной природы. До сих пор, указывает Мечников, философы и ученые решали антропологическую проблему за пределами телесного человека, пытались устранить внешние причины, не затрагивая его физиологии. Проблема человека, по убеждению Мечникова, физиологична. Человек не может прожить отпущенный ему срок и испытывает от этого страдания не только потому, что к функциональной дисгармонии добавляются внешние причины социального и биологического порядка, которые укорачивают его жизнь, но и потому, что он не может изжить в себе инстинкт жизни и достигнуть инстинкта смерти. Мечников определяет инстинкт смерти у человека как желание заснуть, когда организм прошел полный путь и естественно, физиологично исчерпал себя в 100–120 лет: «Цель моих стремлений заключается в достижении людьми естественной смерти, т.е. момента, когда, после продолжительной нормальной жизни, должны наступить прекращение желания жить и инстинктивная потребность смерти» [13, 125].

Мечников, описывая неудачные попытки в истории человечества поправить человеческую природу при помощи религии, философии и науки [12, 138–215] (в рассказе Бунина «эквивалентом» таких неудач являются судьбы религиозно настроенных и деловых героев), создает свою фундаментальную антропо-историософскую концепцию и оптимистично, видя спасение человека в «рациональном образе жизни», нацеливает его на внутриантропную борьбу, отправляет его в новый исторический поход с целью осуществить «довоплощение», чтобы он в самом себе восстал против «дисгармонии человеческой природы» [12, 137]. Ни много ни мало, утверждает Мечников своим «мессианским» учением, «...дело идет о выработке новой расы...» [12, 282].

В «Этюдах оптимизма» Мечников своему учению придает и социальное обоснование, говорит о его сегодняшней актуальности, когда рисует картины социальных бедствий в виде пьянства, распутства, самоубийств и политических попыток поправить природу человека изменением существующего строя.

Используя «возрастной» подход в распределении ценностных ориентиров между молодостью и старостью, Мечников указывает на парадокс поиска-обретения смысла жизни: молодые люди ищут смысл жизни, а старшее поколение им потенциально владеет: «отроки и отроковицы», «молодые люди еще не доходят до понимания истинного назначения человеческой жизни» [13, 16].

От такой дисгармонии социально-возрастно-го характера, по утверждению ученого, в обществе происходят потрясения, имеющие свои последствия как политического, так и ценностного порядка. О молодых людях, увлеченных поиском истины жизни, Мечников пишет: «Сразу они кинулись в политическую борьбу в ложном убеждении, что Россия покажет миру новые пути общественного устройства, способного осчастливить всех и каждого» [13, 15].

Но политическая активность молодежи, направленная против государства, вполне естественно подавляется. Подавление протестов, понимаемых молодежью как проявление свободы, приводит к утрате ею смысла жизни: «Отсюда небывалое прежде в России отрицание жизни и учащение самоубийств, особенно среди молодежи. Во многих чересчур кратких газетных сообщениях об этом печальном явлении указывается на отсутствие смысла жизни как на причину самовольного прекращения ее» [13, 15].

По целепологанию и мотивам научная идея Мечникова, направленная на спасение молодежи, похожа на «наклеивающуюся мысль» Раскольникова, в которой он укрепляется, когда случайно подслушал разговор студента и офицера в «плохоньком трактиришке» («Странная мысль наклеивалась в его голове...» [4, т. 6, 53]) Мечников так же, как и Раскольников, желает спасти молодые жизни: только орудием спасения становится у него не топор, а наука.

Как видим, учение Мечникова об ортобиозе — об образе жизни, основанном на правилах рациональной гигиены, — стало для Бунина источником создания образа Горизонтова в рассказе «Чаша жизни».

Как показывает дневниковая запись от 24 июня 1912 года, Бунин проявлял интерес к научным идеям Мечникова. Писатель, отражая в дневнике важные события дня, сообщает о своей беседе с мужиком Яковом, добавляя: «Потом разговор о старости, о смерти. Я рассказал ему о Мечникове» [14, т. 6, 350]. Бунин в записи не просто буквально повторяет названия глав «Этюдов оптимизма» Мечникова: «О старости» [13, 20–49], «О естественной смерти» [13, 90–127], но и называет ключевые понятия учения ортобиоза.

С идеями Мечникова Бунин мог познакомиться

не только обращаясь к работам ученого, столь популярным в России на рубеже веков, но и живя в Одессе, в городе, где в 1870–1880-е годы работал и читал свои лекции Мечников и где его идеи естественным образом распространялись и оставались известны даже после отъезда ученого в Париж. Одна из них, привлекавшая внимание Бунина, была идея ортобиоза — учение об устранении дисгармонии человеческой природы: «...дисгармония человеческой природы может быть устранена правилами рациональной гигиены, чем дается возможность человеку прожить полный и счастливый цикл жизни, заканчивающийся спокойной естественной смертью. Это и есть так называемый ортобиоз, на который можно смотреть как на цель рационального человеческого существования» [1, 36].

В рассказе «Чаша жизни» активным сторонником учения ортобиоза — «полного и счастливого цикла жизни» — является Горизонтов. Он видит смысл своего существования в строгом и неукоснительном соблюдении положений мечниковской теории, «уподобляясь тем, которые жили во времена зоологические, на первых ступенях развития» [15, т. 4, 211]. Горизонтов «стал сказкой города», всех поражал своей жизненной философией: «А философия его заключалась в том, что все силы каждого человека должны быть направлены исключительно на продление жизни, для чего и потребно: полное воздержание от сношений с женщинами, существами суетными, злыми, низкими по интеллекту, полное спокойствие во всех жизненных обстоятельствах, самое точное выполнение своих разумных, продуманных привычек, и строжайший уход за своим телом — прежде всего в смысле питания его и освежения водою» [15, т. 4, 211]. Следуя заповедям «рациональной гигиены», Горизонтов признается: «Крепко и заботливо держу в своих руках драгоценную чашу жизни» [15, т. 4, 212].

На «физиологизм» Горизонтова совершенно справедливо указала Н. В. Пращерук, но определила такое свойство героя в оттенках негативной оценки: «нарочитый, избыточный физиологизм портрета», «прагматически-физиологическое существование» [8, 189].

Учение Мечникова имело в России широкое распространение, и были люди, которые придерживались в реальной жизни строгих правил рациональной гигиены. По устному свидетельству писателя С. М. Малашкина, исключительную заботу о зоологическом существовании проявлял в свое время преподаватель духовного училища в городе Ефремове Орловской губернии. Он, как считает Малашкин, и послужил прототипом Горизонтова [14, т. 3, 648]. Но как бы то ни было, теория ортобиоза Мечникова стала рациональной основой выстраивания образа жизни реального и литературного героев. Она определила тип их поведения и цель их жизни.

Горизонтов в изображении Бунина зоологичен, физиологичен, первобытен. В соответствии с теорией Дарвина и учением Мечникова писатель сближает его с «предками»: «Велик ростом и широк в кости он был настолько, что на улицах в изумлении останавливались при встрече с ним прохожие...“Мандриллы, Мандриллы!” — орала мальчишки, стаями гоняясь за ним по Стрелецку» [15, т. 4, с. 210–211].

Для Бунина «зоологичность», «первобытность» Горизонтова — это хороший знак его природной человечности, изначально антропности, тех даров, которыми наделяет человека природа: «В молодости он обладал сверхъестественной памятью, необыкновенными способностями и прилежанием» [15, т. 4, 210]. В Горизонтове Бунин выделяет такие внешние черты и способности, которые его сближают с «пророками» рода человеческого — с Буддой и Л. Н. Толстым, с теми, кому было присуще стремление к «первобытному существованию» [15, т. 9, 97]. В их облике и движениях, отмечает писатель, есть нечто зоологическое, «обезьянье»: «Сколько можно насчитать в царственном племени святых и гениев таких, которые вызывают на сравнение их с гориллами даже по наружности! Всякий знает бровные дуги Толстого, гигантский рост и бугор на черепе Будды...» [15, т. 9, 48]. С наблюдениями Бунина соглашается сын Толстого Илья Львович: «Ты прав, когда говоришь, что в отце было немножко гориллы» [15, т. 9, 92].

Примечательно и не случайно и то, что в образе Горизонтова и в образе Толстого Бунин выделяет одни и те же признаки: Горизонтов «велик ростом и широк в кости» — Толстой «...широк в кости <...> высок» [15, т. 9, 87]

Другими словами, в контексте идей Мечникова «обезьяньи» черты Горизонтова (как и Толстого) указывают на его природную нормальность, в отличие от тех, кто его дразнит, и в отличие от тех, кто всю жизнь провел «в состязаниях»: «Тридцать лет, избегая встречаться, почти никогда не видя друг друга, не забывали друг о друге Иорданский и Селихов. Все свои силы употребили они на состязание в достижении известности, достатка и почета» [15, т. 4, 202]. Горизонтов выступает в «другой весовой категории», до которой не дорос никто из его окружения: он состязается с самой дисгармоничной природой человека, желает поправить ее.

Создавая образ Горизонтова, Бунин явно ориентировался на «Этюды о природе человека». Мечников в выводах пишет: «...человек есть род обезьяньего выродка, одаренного большим умом и способного пойти очень далеко» [12, 233].

О Горизонтове, наделенном всеми качествами идеальной человеческой породы, Бунин пишет: «Далеко мог бы пойти этот человек!» [15, т. 4, 210]. Перед нами случай непосредственного обращения писателя к работе Мечникова и пример художественной переработки первоисточника.

М. М. Тареев напоминает, что центральным вопросом учения Мечникова «является вопрос о естественной, или физиологической (в отличие от патологической) старости и смерти, о научной борьбе с болезнями и преждевременной старостью, о prolongации человеческой жизни до того предела, когда появляется или должен появиться инстинкт смерти» [11, 560].

Патологическая старость сопровождается болезнями, страхом смерти, психологическими комплексами, социальными амбициями и чрезмерной привязанностью к ценностям материального мира — ко всему тому, что называется, по Мечникову, нездоровым образом жизни, или патологической старостью.

Рассказ Бунина «Чаша жизни» — это рассказ о старости. В нем описание событий ведется из «возраста старости», на что указывают первые слова рассказа: «Тридцать лет тому назад...» [15, т. 4, 201]. В старости патологический образ жизни ведут все герои (Александра Васильевна, отец Кир, Селихов), кроме Горизонтова: «...величайший разлад человеческой природы заключается в патологической старости и в невозможности дожить до инстинкта естественной смерти» [11, 561].

«Чаша жизни», по убеждению Мечникова, должна не испиваться, как об этом писал М. Ю. Лермонтов («Мы пьем из чаши бытия...» [16, т. 1, 214], а наполняться. Полнота бытия, указывает ученый, переживается в старости вместе с пробуждением инстинкта смерти. А он может возникнуть, если человек достигнет состояния физиологической старости: «...нормальное развитие человека должно привести к счастливой старости» [1, 280]. Такое состояние дарует ему возможность пережить «преlestь смерти» [11, 561], последнюю физиологическую радость жизни. Нужно подчеркнуть, что Мечников ведет прежде всего речь не о субъективности переживаний, которые не обязательны для всех, а об их объективности, об их физиологической основе, которая должна быть одной у всех и порождать вследствие этого у всего человечества, преодолевшего свою природную дисгармонию, — «и ныне и присно и во веки веков» [17, 6] — радостное переживание бытия. Мечников стремится учением ортобиоза изменить природу человека, усовершенствовать ее и сформировать в человеке возможность переживать с рождения до смерти радость бытия не только индивидуально «гносеологически», а всеобщее физиологически. «Так сладок сердцу Божий мир...» [15, т. 8, 24], — сказать так не по вере и личному переживанию, а по новой природе своей, улучшенной благодаря учению Мечникова. В самой физиологии, в себе органическом человек восстанавливает образ Божий. На путь такого соединения «двуприродности» встал Горизонтов. Он впитал в себя учение Господа («Горизонтов кончил семинарию, кончил академию <...> Но избрал он путь скромный — учительство» [15, т. 4, 210] и стремится

ся воплотить в себе «заповеди» учения Мечникова. В нем вера и наука, божественное и человеческое на уровне «обывательной» жизни соединяются. Теперь не только Христос, но сама физиология, улучшение которой начинается в Горизонтове, может сказать: «Я есть путь, и истина, и жизнь» (Ин 14: 6).

Само слово «ортобиоз» как понятие, думается, выбрано Мечниковым не случайно. Оно по своему семантическому и культурно-ассоциативному наполнению содержит в себе «нужные» смыслы. Если ориентироваться на авторитетный для XIX века Словарь И. Ф. Синайского, то словесный комплекс переводится так: βίος — «жизнь; образ, продолжение жизни; жилище» [18, ч. 1, 175]; орбос — «прямой, прямоходящий на ногах, поднятый вверх, высокий, крутой, счастливый, благополучный; идущий в прямом направлении; справедливый, истинный, верный, правый, напряженный» [18, ч. 2, 40].

Поиск Грааля завершается в человеке. В нем соединяются две природы: восстанавливается физиологически, биологически тот «образ», который был задуман природой и сотворен Богом.

Духовным эквивалентом мечниковского учения о «правильной жизни», которая должна продолжаться из рода в род, могут быть слова из рассказа Бунина «Воды многие»: «Единая жизнь совершает свое таинственное странствование через тела наши, стремись же ощутить это единство и благоговей: в нем твое бессмертие (долгота дней) и самоутверждение» [15, т. 5, с. 318].

Эта же мысль, высказанная психологом Т. Рибо, занимающимся проблемами наследственности, не только дублирует сказанное, но и выражает общую заботу здорового времени о человеке, когда, по словам Р. фон Крафт-Эбинга, наступил «нервный век» [19]: «Идеал наследственности как принцип сохранения состоит в том, чтобы передать в здоровой форме здоровую организацию...» [20, 245].

«При современных условиях, при полной привязанности к жизни», не следуя правилам здорового образа жизни, человек обречен на страдания, зависть и злобу, на «патологическую старость» [11, 561]. Всеми этими душевными недугами — за исключением Горизонтова — наделены герои рассказа, которые старость и смерть (Селихов и Александра Васильевна) встречают в «патологическом» состоянии. О старости о. Кира в последнем упоминании о нем Бунин пишет «неуклюже», намеренно выстраивая ритмически «патологическое» предложение, словно речь идет о мертвом человеке: «Лежал в своем темном доме уже давно не встающий с постели, седовласый, распухший, с заплывшими глазами о. Кир» [15, т. 4, 221].

Подлинное «чувство жизни» сопряжено с «инстинктом смерти», который может появиться только в физиологической, а не в патологической старости. В рассказе «Чаша жизни» возможность достичь

в старости «наибольшего счастья» [13, 5] открывается лишь Горизонтову, который чувствует в себе силы пройти полный жизненный круг, отпущенный человеку в замысле природы о нем, и умереть в возрасте, близком к 100-летнему (по учению Мечникова). «Надеюсь, судя по тому запасу сил, который есть во мне, прожить никак не менее девяноста пяти лет», — делится своим возможным физиологическим счастьем Горизонтов, «по запасу сил» надеющийся испить «чашу жизни» до дна и наполнить ее, то есть исполнить волю природы («не как Я хочу, но как Ты») и тем самым послужить делу спасения человечества — помочь преодолеть дисгармонию человеческой природы, или, по слову Мечникова, «...внести свою лепту для построения жизни на рациональных началах» [12, 20]. И такую «лепту» Горизонтов думает внести, заключая «сделку» на будущее, продавая свой «костяк» «анатомическому театру Московского императорского университета» [15, т. 4, 220].

Ортобиоз есть проявление «естественнонаучной нравственности» [11, 560]. Вот таким «естественнонаучным нравственным» человеком не «с закрытыми глазами» [16, т. 1, 214] предстает в рассказе Бунина «Чаша жизни» Горизонтов, не бросивший «кубок жизни» в тридцать лет, как желает это сделать Иван Карамазов, и не мечтающий стоять «на камне сладострастия», как Федор Павлович, и не замышляющий топором принести счастье человечеству, как Раскольников, а думающий наполнить «чашу жизни» для всего человечества здоровым физиологизмом своей природы. Его путь служения человечеству физиологический («скромного учительства»): он в самом себе, следуя правилам рациональной гигиены Мечникова, начинает борьбу с дисгармонией человеческой природы. Завещая свое тело анатомическому театру Московского императорского университета, Горизонтов надеется, что принесет пользу человечеству, что с него начнется процесс улучшения человеческой породы, «доволощения» человека. Если оценивать его в широком контексте религиозно-философских обобщений, то он «монах в миру» — строгий (радикальный) последователь учения Мечникова — и придерживается «полного воздержания от сношений с женщинами» (по утверждению Мечникова, «...злоупотребления в половой сфере ведут к истощению организма» [12, 19]); он «первенец», завещающий себя человечеству (Московскому императорскому университету), он «сын человеческий». В нем, говоря словами Мечникова, «вырабатывается новая раса». Может быть, именно поэтому он не имеет имени: он не личностное, а родовое существо, символически своей фамилией обозначающее человечеству его будущее, его антропологический «горизонт», когда будет преодолена дисгармония человеческой природы.

В рационализме, основанном на вере во «всеобщество науки», человечество, по мысли Мечникова,

достигает своего высшего развития: вера во «всеобщество науки» становится новой религией [12, 280].

Таким образом, только в контексте учения Мечникова об ортобиозе и с учетом его антропософской концепции можно приблизиться к пониманию рассказа Бунина «Чаша жизни» и скорректировать, дополнить по необходимости имеющиеся точки зрения на него.

С другой — и главной — стороны (со стороны уже не «странных сближений»), размышления о «чаше жизни» двух столь разных по мировосприятию людей, какими были Бунин и Мечников, доказывают, что они являлись носителями одного общего для них национального самосознания, основанного на Православии, и «чаша жизни» — это для них не условность, символ или вещь, которую надо искать, а это «сакральность», неотделимая ни от «моего тела», ни от «моей души», и ее поиск сопряжен с Господом Богом и/или/и со всем Человечеством.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мечников И. И. Сорок лет искания рационально-мировоззрения / И. И. Мечников. — М.: Государственное издательство, 1925. — 281 с.
2. Бабореко А. К. И. А. Бунин: Материалы для биографии. (С 1870 по 1917) / А. К. Бабореко. — М.: Худож. лит., 1967. — 303 с.
3. Пушкин А. С. Полн. собр. соч.: в 10 т. / А. С. Пушкин. — Л.: Наука, 1977–1979. — Т. 7. — 545 с.
4. Достоевский Ф. М. Полн. собр. соч.: в 30 т. / Ф. М. Достоевский. — Л.: Наука, 1972–1986.
5. Альтшуллер М. Г. Диптих Пушкина и псевдопалинодия митрополита Филарета // Альтшуллер М. Г. Между двух царей: Пушкин в 1824–1836 гг. / М. Г. Альтшуллер. — СПб.: Академический проект, 2003. — С. 236–250.
6. Касаткина Т. А. Богословие Достоевского: описание изнутри // Богословие Достоевского / отв. ред. Т. А. Касаткина. — М.: ИМЛИ РАН, 2021. — С. 157–266.
7. Есаулов И. А. Произведение и контекст понимания / И. А. Есаулов // «Липецкий потоп» и пути развития русской литературы. Сб. научных статей. — Липецк: ЛГПУ, 2006. — С. 7–14.
8. Пращерук Н. В. «Чаша жизни»: о символике архетипического в русской литературе / Н. В. Пращерук // Уральский филологический вестник. — 2013. — № 1. — С. 183–193.
9. Бердникова О. А. Чаша жизни: ключевые смыслы // Бердникова О. А. «Бог оставит тайну — память обо мне»... Творчество И. А. Бунина: векторы прочтений / О. А. Бердникова. — Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2022. — С. 119–130.
10. Бунин И. А. Публицистика 1918–1953 годов / И. А. Бунин. — М.: Наследие, 1998. — 640 с.
11. Тареев М. М. Ортобиоз: (Оптимистическая наука и нравственность). [Рец. на: Мечников И. И. Этюды о природе человека. М., 1907; Он же. Этюды оптимизма. М., 1907] / М. М. Тареев // Богословский вестник. — 1908. — Т. 3. — № 12. — С. 560–582.
12. Мечников И. И. Этюды о природе человека / И. И. Мечников. — М.: Научное слово, 1917. — 282 с.
13. Мечников И. И. Этюды оптимизма / И. И. Мечников. — М.: Наука, 1988. — 328 с.
14. Бунин И. А. Собр. соч.: в 6 т. / И. А. Бунин. — М.: Худож. лит., 1987–1988.
15. Бунин И. А. Собр. соч.: в 9 т. / И. А. Бунин. — М.: Худож. лит., 1965–1967.
16. Лермонтов М. Ю. Сочинения: в 4. / М. Ю. Лермонтов. — М.— Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1961–1962.
17. Православный молитвослов. — М.: Даниловский благовестник, 2013. — 96 с.
18. [Синайский И. Ф.] Греческо-русский словарь Ивана Синайского: в 2 ч. / И. Ф. Синайский. — М.: Издание книжного магазина наследников братьев Салаевых; Типография Т. Рис, 1879.
19. Крафт-Эбинг фон Р. Нервный век. Популярное сочинение о здоровых и больных нервах / Р. фон Крафт-Эбинг. — СПб.: Издание А. Каспари, 1885. — 145 с.
20. Рибо Т. Психология чувств / Т. Рибо. — СПб.: Издание Ф. Павленкова, 1898. — 480 стб.

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева

Карпенко Г. Ю., доктор филологических наук, профессор кафедры русской и зарубежной литературы и связей с общественностью

E-mail: karpenko.gennady@gmail.com

Samara national research University named after academician S. P. Korolev

*Karpenko G. Yu., Doctor of philological Sciences, Professor, Department of Russian and foreign literature and public relations
E-mail: karpenko.gennady@gmail.com*

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ СУБЪЕКТНОЙ СФЕРЫ «ЖИТИЯ ПРОТОПОПА АВВАКУМА»

О. А. Горбацевич

Воронежский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 29 июня 2023 г.

Аннотация: в настоящей статье рассматривается субъектная сфера «Жития протопопа Аввакума»: чередование носителей речи (диегетических нарраторов), использование сказовой формы повествования, «замещенной прямой речи».

Ключевые слова: Аввакум, жанр, «сфера фразеологии», риторический прием, тропика, этикет, нарратив.

Abstract: the article discusses the subjective sphere of “The Life of Archpriest Avvakum”: the alternation of speech carriers (diegetic narrators), the use of the skaz form of narration, “free indirect discourse”.

Keywords: Avvakum, genre, sphere of phraseology, rhetorical device, tropes, etiquette, narrative.

Созданное в кризисное для России время «Житие протопопа Аввакума» (1672–1673), свидетельствующее о противостоянии личности общественным процессам, не могло состояться в жанровой «гладкости». Разногласия Аввакума (1620–1682 гг.) и его противников на религиозной почве (что породило экспрессию тона), жанрологическая неопределенность (как следствие временной отдаленности) стали причиной эклектичности формы произведения, привлекающей внимание исследователей. Н. К. Гудзий назвал «Житие» *автобиографическим* [4, 15], В. В. Виноградов отметил, что автор создавал свое знаменитое произведение «в форме речевой, бесхитростной импровизации, «беседы», «вяканья»» [1, 208]. А. Н. Робинсон предположил, что перед нами «мемуары» [16, 71], исследователь Н. М. Герасимова справедливо заметила след жанра «послания» в данной «гетерогенной <...> структуре» [2, 72]. Знарок древнерусской литературы Н. С. Демкова, согласившись с определением Н. М. Герасимовой, внесла ценное уточнение: «Житие» ориентировано «на апостольские послания и, прежде всего, на послания апостола Павла» [8, 271]. Приведенные протопопом Аввакумом свидетельства о пытках, казнях своих единомышленников («во иноцах Агафьи», «дьякона Феодора», «соловецкого пустычника, инока-схимника Епифания старца» и др.) позволили исследователю приблизить «Житие» к *мартириям*, ибо «спецификой ранних христианских мученичеств-мартириев (acta) является их историчность и документальность: сообщаются не только имена участников события и очевидцев, иногда описывается и сама казнь» [8, 273].

Жанровая эклектика повлекла за собой и стилистическую, потому что протопоп Аввакум использует и полную экспрессию, по-своему, безусловно,

очень красивую «живую народную речь» [8, 269], и «церковно-славянские речения» [6, 300], и цитаты Священного Писания, свидетельствующие о глубочайшем проникновении Аввакума в христианскую философию. Такая стилистическая многоплановость указывает еще и на то, что автор мог осознанно применить такой прием, как *контраст* (риторическое противопоставление, часто встречающееся в народной паремике и в Ветхом Завете), который мог воздействовать на «чтущих и слышащих» единомышленников и идеологических антагонистов.

Б. А. Успенский отметил, что протопоп Аввакум, прибегая к описанному совмещению, позволил высветиться «бытовому плану» [17, 29]. Исследователь также напомнил, что такие примеры в литературе нередки, например, в «Евгении Онегине» А. С. Пушкина при сопоставлении *романтических* и *реалистических* типологических данностей происходит «снижение» [Там же] первых. Подобную стилистическую картину рассмотрели и филологи (А. С. Долинин (размышления о свойственной А. П. Чехову «дискредитации канонов» [9, 75]); А. П. Чудаков («прием объединения разнонаправленных элементов в тексте» [18, 212]); Г. А. Шпилева (стилистический контраст как возможность ярче высветить «трагическую ситуацию» [19, 139]) и др.), проанализировавшие одноактную чеховскую пьесу «Татьяна Репина» (1889), где *высокий* «чин венчания» подчеркнута противопоставлен замечаниям равнодушной к чужим бедам *паствы*. Реплики «из толпы» не только неуместны (не приличествуют ситуации), но и свидетельствуют о жестокости богатой и циничной публики, способствовавшей смерти главной героини.

Отметим, что задачей протопопа Аввакума было не столько противопоставить «сакральную и бытовую сферы», сколько соединить их, и осуществляется

это «с помощью сквозных символических значений, раскрывающихся в метафоре» [11, 121]. Действительно, Аввакум часто использует тропы (как явные, так и скрытые сравнения), объединяющие теософские понятия и реалии биографии автора. Например, знакомясь с идеологическим противником протопопа — казачьим атаманом Пашковым, читатель проникает в суть ассоциаций автора: «Он же рыкнул, яко дивий зверь, и ударил меня по щоке, таже по другой, и паки в голову, и збил меня с ног, и, чекан ухватя, лежачева по спине ударил трижды и, разболокши, по той же спине семьдесят два удара кнутом» [10, 26]. «Дивий зверь» — образ, свидетельствующий о том, что Аввакум был очень изобретательным, «замечательным писателем» [14, 142], а далее «просвечивает» текст Нагорной Проповеди («подставить другую щеку»), сакральный подтекст цифры «три». При этом данное происшествие настолько реально, что, как указано в Комментариях к цитируемому изданию, «подтверждается донесениями самого А. Пашкова в Москву, а также челобитной (1658 г.) архиепископа Симеона о злоупотреблениях даурского воеводы своей властью» [10, 347].

Б. А. Успенский указал на использование Аввакумом «замещенной прямой речи»: «Цитатами из Библии говорит не только сам Аввакум (что могло бы быть объяснено его духовным образованием), но и другие действующие лица. Так, в уста врага Аввакума, казачьего атамана Пашкова, Аввакум вкладывает слова Иуды («Согрешил окаянный, пролил кровь неповинную, Матф. XXVII, 4) [17, 64–65]. Подобная стилистическая «фигура» призвана укрепить протопопа Аввакума, его «союзников» и всех единомышленников в правомерности своих деяний, справедливости борьбы.

Исследователи неоднократно отмечали присутствие в «Житии» сказа, чьи поэтологические признаки свойственны «устной художественной прозе» [6, 284]. Если Священное Писание укрепляет автора в праведности его поступков и мыслей, то ориентация на устную речь (сказ) ведет к возникновению «особого тона его общения с читателем» [6, 298], а именно: убедительно задушевного, исповедально-искренне дружественного, конфиденциального.

Русская письменная проза «возникла как *произносимое слово*» [13, 25], и протопопа Аввакума можно считать одним из участников этого процесса. Артистически оформленное «устное слово» (сказ), в свою очередь, связано с театральностью, предопределяющей «прямое общение с аудиторией, и не просто с аудиторией, а со *своей* аудиторией» [Там же]. Ее, как известно, составляли и представители современных Аввакуму высших сословий (отчасти ему благоволил «государь», сочувствовала робко «стоявшая» за него *царица-заступница*, а также поддерживали некоторые упомянутые служители церкви), и люди из демократических низов.

В «Житии» нашли отражение и правила этикета, диктующие употребление уменьшительных,

ласкательных и уничижительных суффиксов как в устной, так и в письменной речи. Названный словообразовательный элемент указывал на доброжелательное отношение, сочувствие, а порой и на пренебрежение.

Например, курице, которая спасала от голода Аввакума, его супругу, Анастасию Марковну, и детей, автор адресует задушевные слова: «Курочка у нас черненька была, по два яичка на день приносила» [10, 32]. Таким же образом неоднократно автор обращается и к мученикам-«союзникам»: «Детушки миленькие мои, пострадали за Христа!» [10, 46]. Идеологических противников характеризуют сравнения, содержащие слова с уничижительным смыслом: «...что волчонки, вскоца, завыли...» [Там же, 48].

Не забывает об «этикетных формах вежливости» [17, 37] Аввакум и по отношению к себе, что указывает на «самоумаление (самоуничижение)»: «...буде же по мне люди, и я, на сошке складеньки поставя, правильца поговорю» [10, 41].

Рассмотрим такую категорию, как «точка зрения» (разработана Б. О. Корманом, Б. А. Успенским, П. Рикером и другими учеными), проявляющаяся, например, в *идеологическом* плане, то есть в плане оценок, поскольку идеология есть система, направляющая концептуальное видение мира во всем произведении или в его части» [15, 101]. «Точка зрения» (формирующая «глубинную композицию» (термин Б. А. Успенского)) проявляется «в плане фразеологии» (описание «разных героев различным языком» [17, 30], в виде «пространственно-временной характеристики» (воспринимающая текст сторона может получать информацию «о месте (определяемом в пространственных или временных координатах), с которого ведется повествование» [17, 80]). *План психологии*, опора на «субъективную точку зрения» или стремление «описывать события по возможности *объективно*» [17, 108], обусловлен волей автора представить «описанное положение дел как факты, полагаемые необходимыми с любой точки зрения, или как впечатления, испытанные отдельным индивидом» [15, 102].

План фразеологической «точки зрения» особенно ярко проявляется в случаях использования «замещенной прямой речи», когда автор «Жития» (избегая несобственно прямой речи) в качестве диалектического нарратора (ведущего повествование от первого лица) цитирует своего врага, казачьего атамана Пашкова: «Для-де тебя дощеник худо идет! Еретик-де ты! Поди-де по горам, а с казаками не ходи!» [10, 26]. «Уступая первенство речи» (П. Рикер) атаману, лишившему семью протопопа водного транспорта, назвавшему самого Аввакума «еретиком», нарратор далее уже *своим языком* маркирует личное обращение к Богу: «Господи Иисусе Христе, Сыне Божий, помогай мне!» [10, 26]. Фразеологическая «точка зрения» в данном случае создает определенный (ценностный)

треугольник, представляющий позицию Аввакума, его «мучителя» Пашкова и предполагаемую высшую, божескую (так как «Егоже трепещут небесныя силы и вся тварь со человеки»). Иногда добавляется голос *самых* главных «противников» Бога (бесов), и тогда создается оценочный четырехугольник: «Бес-от веть не мужик: батого не боится; боится он креста Христова да воды святыя, да священнаго масла, а совершенно бежит от тела Христова...» [10, 30].

По мысли Б. А. Успенского, часто можно наблюдать совмещение «точек зрения» (например, фразеологической и временной), чему способствует использование различных глагольных форм. В свое время Д. С. Лихачев сделал очень ценное наблюдение, касающееся смены времен глагола создателем «Жития»: «...он обобщает: рассказывает не как *было*, а как *бывало*». Речь идет о слове «принашивали», *растягивающем* действие [12, 304].

Б. А. Успенский рассмотрел пример «чередования грамматических времен <...> в одной и той же фразе», что создало «внезапную смену точек зрения» [17, 98]: «Он меня *лает*, а я ему *рекл*: «благодарить в устнех твоих, Иван Родионович, да будет»» [17, 98]. Безусловно, «рекл» (форма прошедшего времени) Аввакума выглядит неизмеримо достойнее звероподобного «лает» (настоящее время), исходящего от Ивана Родионовича.

Б. А. Успенский (ссылаясь на наблюдение Д. С. Лихачева) отмечает «игру времен», свойственную автору рассматриваемого произведения, так как учитывается не только его *прошлое* и *настоящее*, но и *будущее*: «с точки зрения будущей (загробной) жизни» [17, 94–95]. Аввакум, как и подобает верующему человеку, служителю церкви, да еще и последовательному борцу за свои идеалы, конечно же, готовится к смерти. Он предстает и в качестве мученика («то как богослов <...>, то как пророк» [6, 296]), берущего на себя ответственность не только за *свое* будущее.

Красноречивым примером указанной «игры времен» может служить эпизод, где повествуется о том, как Аввакум «лег среди горницы и велел всякому человеку бить себя плетью по пяти ударов по окаянной спине» [10, 57]. Супруга и дети «нехотя бьют и плачут», а сам *грешник* им грозит: «Аще кто бить меня не станет, де не имать со мною части во царствии небеснем!» [Там же, 58]. Очевидно, что Аввакум ассоциирует себя с Иисусом и цитирует Евангелие от Иоанна (13:8): «Говорит Ему Петр: не умоешь Ты моих ног вовек. Ответил ему Иисус: если не умою тебя, ты не имеешь части со Мною», или «не будет у нас с тобой ничего общего». Как видно, автор «Жития», описывая бытовой семейный скандал (рутинное *настоящее*), рассматривает его через отдаленное *прошлое* (диалог Христа и апостола Петра), но при этом обращается в *будущее* (мысли о «царствии небесном»).

Временные координаты в «Житии» соотносятся как с календарем религиозным («на Велик день»,

«то было в понедельник светлой»), так и с бытовым («пожил у меня с полгода на Москве», «час-другой», «держав десеть недель в Пафнутьеве на чепах»), что указывает на устремленность автора к временно-континууму: представлению о *параллельности*, одновременности совершающихся событий — в сиюминутном измерении и в Вечности (понимаемой с христианской позиции).

Оценка происходящего, описываемого с *про странственной* «точки зрения», совершается в плане представлений «автора биографического» (в терминологии Б. О. Кормана) о жизни земной (низовой) и мире небесном (высшем). В «Житии» присутствуют многочисленные топонимы («взяли меня паки в Москву», «да и повезли на Мезень», «в Даурской земле», «в Тобольске зимовал»), свидетельствующие о насильственном перемещении по Руси, связанном с тяжелейшими испытаниями, выпавшими на долю всей семьи, и даже со смертью детей Аввакума и «протопопицы» Анастасии Марковны. Однако мужественный, жизнелюбивый автор уверен, что недобровольные его путешествия совершаются и по воле Господа («И плачу и радуюся, благодаря Бога!»); он также не устает восхищаться божьими творениями: травами («благовонны гораздо»), птицами («зело много, гусей и лебедей...»), обилием рыбы: «осетры и таймени жирны гораздо» [10, 38].

«План психологии», предоставление «впечатлений» или, напротив, «фактов» [17, 110]), также маркируется словом «палачей», «грешников» «еретиков» (субъективная «точка зрения») или цитатами из Священного Писания (объективная оценка). «Неправедная» позиция свойственна Никону: «Как говорил Никон, адов пес, так и зделал: «Печатай, Арсен, книги как-нибудь, лишь бы не по-старому!»». В противовес этому дается *верная, объективная* оценка, обусловленная «старой» (правильной, с точки зрения Аввакума) верой: «Будьте оне прокляты, окаянные, со всем лукавым замыслом своим, а страждущим от них вечная память 3-жды!» [10, 53].

Интерферирование перечисленных «точек зрения» демонстрирует желание автора «Жития» дать «широкое художественное обобщение характерных явлений русской жизни середины XVII века» [5, 35], а также решить «основную задачу произведения — «да не забвению предано будет дело Божие»» [7, 245]. Такая позиция «автора-концептированного» дает возможность определить ему идеологическую «точку зрения»: доказывать Словом и Делом свою правоту (таким образом проявляется мужество, «авторская свобода Аввакума» [8, 281]), какие бы препоны ни ставил жестокий «внешний» мир.

Композиция «Жития» подчинена определенному канону, произведение (его экспозиция), как и положено, начинается с молитвы («Всесвятая Троице, Боже и Создателю всего мира! Поспеш и направи сердце мое начати с разумом и кончати дела благими, яже

ныне хочу глаголати аз недостойный»), с размышлений об «истинном Боге», с напоминания о затмении солнца «в нашей России» (действительно случившемся в 1654 г.), то есть с категорий и явлений «общих» по отношению к субъекту речи. Затем мы наблюдаем движение к изложению фактов жизни «отдельной» личности, чьим призванием, кроме забот о «частном интересе» (воспитание детей, добыча пищи), стало врачевание больных, проповеди, обличение «веротступников», сторонников религиозных нововведений. Переходы от частного к общему постоянно повторяются, что и диктует «ритм» (выступающий как «первоначальная материализация <...> общего замысла» [3, 61]) рассматриваемому произведению.

Отдельная (единичная), субъективно воспринимаемая ситуация, как правило, завершается обобщением: «Потом полуголову царь прислал со стрельцами, и повезли меня на Воробьевы горы; тут же священника Лазоря и инока Епифания старца: острижены и обруганы, что мужички деревенские, миленькие! Умному человеку поглядеть, да лише заплакать, на них глядя. Да пускай их терпят! Что о них тужить? Христос и лутче их был, да то же Ему, Свету нашему, было от прадедов их, от Анны и Каиафы; а на нынешних и дивить нечева: с обрасца делают!» [10, 49]. Возникающий ритм обусловил сочетание профанного и сакрального, внедрение «высоких» (евангельских) цитат и реминисценций во «вставные новеллы», явно отражающие бытовые реалии. Этим же ритмом обусловлено и чередование *высокой* и *низкой* лексики, органичное объединение реального и фантастического (чудесные исцеления, удивительные видения и пр.). По такому же принципу создана и композиция некоторых молитв, например, «Отче наш», где соседствуют «отец небесный», его «воля» с самым бытовым: «хлеб наш насущный...».

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов В. В. О задачах стилистики. Наблюдения над стилем «Жития» протопопа Аввакума / В. В. Виноградов // Русская речь: Сборники статей / Под ред. Л. В. Щербы. 1. — Пг.: Издание фонетич. ин-та практич. изучения языков, 1923. — [Ч.] I. — С. 195–293.
2. Герасимова Н. М. Поэтика «Жития» протопопа Аввакума: учебное пособие / Н. М. Герасимова. — СПб.: СПбГУ, 1993. — 87 с.
3. Гиршман М. М. Ритм художественной прозы / М. М. Гиршман. — М.: Советский писатель, 1982. — 368 с.
4. Гудзий Н. К. Протопоп Аввакум как писатель и как культурно-историческое явление / Н. К. Гудзий // Житие протопопа Аввакума, им самим написанное, и другие его сочинения. — М.: Academia, 1934. — С. 7–59.
5. Гусев В. Е. Протопоп Аввакум Петров — выдающийся русский писатель XVII века / В. Е. Гусев // Житие протопопа Аввакума им самим написанное и другие его сочинения. — М.: Гос. изд-во худ. лит-ры, 1960. — С. 5–51.
6. Демкова Н. С. Драматизация повествования в «Житии» и других сочинениях протопопа Аввакума / Н. С. Демкова // Житие протопопа Аввакума. — СПб.: Наука, 2019. — С. 283–304.
7. Демкова Н. С. «Житие протопопа Аввакума как сюжетное произведение и проблемы его композиции / Н. С. Демкова // Житие протопопа Аввакума. — СПб.: Наука, 2019. — С. 243–268.
8. Демкова Н. С. О жанровой ориентации автобиографических «Житий» протопопа Аввакума и инока Епифания / Н. С. Демкова // Житие протопопа Аввакума. — СПб.: Наука, 2019. — С. 269–282.
9. Долинин А. С. Пародия ли «Татьян Репина» Чехова? / А. С. Долинин // Чехов А. П. Затерянные произведения, неизданные письма, воспоминания, библиография. — Л.: Атеней, 1925. — С. 59–84.
10. Житие протопопа Аввакума. — СПб.: Наука, 2019. — 454 с.
11. Липич О. В. Поэтика прозы Аввакума (символы и тропы) / О. В. Липич // Вестник Московского университета им. М. В. Ломоносова. Серия 10. Журналистика. 2005. — № 2. — С. 113–126.
12. Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы / Д. С. Лихачев. — Л.: Художественная литература, 1971. — 414 с.
13. Муценко Е. Г. Поэтика сказа / Е. Г. Муценко, В. П. Скобелев, Л. Е. Кройчик. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 1978. — 288 с.
14. Панченко А. М. Аввакум как новатор / А. М. Панченко // Русская литература. — 4. — 1982. — С. 142–152.
15. Рикер П. Время и рассказ. Т. 2. Конфигурация в вымышленном рассказе / П. Рикер. — М., СПб.: Университетская книга, 2000. — 224 с.
16. Робинсон А. Н. Жизнеописание Аввакума и Епифания: Исследование и тексты / А. Н. Робинсон. — М.: Изд-во АН СССР, 1963. — 316 с.
17. Успенский Б. А. Поэтика композиции. Семиотика иконы. Статьи об искусстве / Б. А. Успенский. — М.: Языки славянской культуры, 2005. — 360 с.
18. Чудаков А. П. Мир Чехова: возникновение и утверждение / А. П. Чудаков. — М.: Советский писатель, 1986. — 384 с.
19. Шпилевая Г. А. «Татьяна Репина» А. С. Суворина и А. П. Чехова: к вопросу о соотношении беллетристики и классики / Г. А. Шпилевая // Печать и слово Санкт-Петербурга: Петербургские чтения — 2013. — СПб.: СПбГУТД, 2014. — Ч. 2. Литературоведение. — С. 139–149.

Воронежский государственный педагогический университет Горбачевич О. А., аспирант Воронежского государственного педагогического университета
E-mail: goa696@mail.ru

Voronezh State Pedagogical University
Gorbatsevich O. A., Postgraduate Student Voronezh State Pedagogical University
E-mail: goa696@mail.ru

ОБРАЗ ЗИМНЕЙ НОЧИ В СЕВЕРНОМ ТЕКСТЕ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ

А. В. Давыдова

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

Поступила в редакцию 31 октября 2023 г.

Аннотация: статья является частным этапом изучения Северного текста русской литературы для детей как субтекста Северного текста. Работа посвящена анализу образа зимней ночи в произведениях для детей писателей XX века: К. Бадигина, М. Барышева, З. Давыдова, Н. Жернакова, Н. Лебедева, А. Мошковского, Л. Платова, С. Радзиевской, М. Скороходова, А. Членова.

Ключевые слова: Северный текст русской литературы для детей, образ зимней ночи, художественная картина мира.

Abstract: the article is a private stage in the study of the Northern Text of Russian literature for children as a subtext of the Northern Text. The work is devoted to the analysis of the image of winter night in works for children of writers of the 20th century: K. Badigin, M. Baryshev, Z. Davydov, N. Zhernakov, N. Lebedev, A. Moshkovsky, L. Platov, S. Radzievskaya, M. Skorokhodov, A. Chlenov.

Keywords: Northern text of Russian literature for children, image of winter night, artistic picture of the world.

В последние годы активно формируется теория Северного текста русской литературы (Е. Ш. Галимова «Специфика Северного текста русской литературы как локального сверхтекста» [1], А. Г. Лошаков «Сверхтекст и Северный текст русской литературы» [2], В. Н. Матонин «Образы “движения” и “цели” в Северном тексте русской культуры» [3], А. В. Петров «Топонимы как выразительное средство в Северном тексте» [4], А. А. Митрофанова «Интертекст Северного текста» [5] и др.)

На наш взгляд, наиболее емкое определение Северного текста дается в трудах Е. Ш. Галимовой, которая понимает его как «создававшийся на протяжении длительного времени (вопрос о времени начала его формирования остается открытым и активно исследуется в настоящее время) в творчестве многих русских писателей особый северорусский вариант национальной картины мира, точнее мифопоэтический образ северорусского мира, наделенный рядом с индивидуальными, отражающими своеобразие мировидения каждого из авторов, также и общими, типологическими чертами» [6, 21].

Исследовательница полагает, что Северный текст имеет сложную структуру и состоит из субтекстов, которые следует выделять по локальному принципу. Мы считаем, что подобное разделение может проводиться и на другом основании, и предлагаем рядом с субтекстом для взрослых читателей выделять субтекст, ориентированный на читателя до 18 лет, читателя-ребенка. Он будет обладать всеми формально-содержательными характеристиками «материнского» текста, а также иметь ряд специфиче-

ских особенностей. Художественная картина мира, складывающаяся в произведениях Северного текста русской литературы для детей, требует тщательного изучения и состоит из целого ряда взаимосвязанных образных и мотивных элементов, формирующих в итоге самобытный образ Русского Севера. Одним из таких частных элементов является образ зимней ночи, рассмотрению которого посвящена данная работа.

Задачами предпринятого исследования являются рассмотрение образно-смысловых характеристик, которые получает образ зимней ночи в произведениях разных авторов, выявление его смысловых взаимосвязей с другими элементами северорусского мира, определение его места в художественной картине мира Северного текста русской литературы для детей.

Полярная ночь — специфическая природная примета Севера, чем ближе к Северному полюсу, тем она длиннее и суровее. Неудивительно, что ее образ занимает особое место в художественной картине мира Северного текста русской литературы. Значим он и для субтекста Северного текста, ориентированного на детское чтение.

В традиционном сознании образы дня и ночи противопоставлены, что отражено и в художественной картине мира Северного текста. В ней возникает специфический смысловой вариант традиционной оппозиции: антитеза полярной зимней ночи и белой ночи. Кроме того, образы дня и ночи тесно связаны с категориями календарного времени. Так, образ темной ночи писатели чаще всего воспроизводят в контексте образа зимы, так как именно холодное время года на Севере — это еще и время темноты.

Образ зимней ночи в Северном тексте русской литературы для детей устойчиво сочетается с образами звезд и северного сияния.

Звезды в различных мифологических системах связаны с астральными мифами. «В типологически ранней группе астральных мифов звезды или созвездия часто представляются в виде животных, нередко в таких мифах речь идет об охоте на животных» [7, 116]. Отражения этих древних представлений находим и в образной структуре Северного текста русской литературы для детей. Так, в сборнике М. Барышева «Маленькие поморы» автор при описании звезд, которые видят на ночном небе в тундре мальчик и его олень, использует яркое зооморфное сравнение: «Наступил вечер. На низком небе одна за другой вспыхивали звезды, зеленые, как глаза рыси. Из-за гор показался месяц. Синие длинные тени упали на снег. Они плелись рядом с Витей и оленем, не обгоняя их и не отставая» [8, 53].

Для жителей Севера звездное небо часто становится картой, по которой они ориентируются в пути. По звездному свету учит ориентироваться маленького Ванюшку, который только постигает мастерство охотника, Степан в повести С. Радзиевской «Остров мужества»; Витя в рассказе М. Барышева «Олешек» в зимней ночной тундре отыскивает на небе Полярную звезду. В последнем примере создается ощущение, что ночью вселенная сверху смотрит на землю и ее обитателей. Универсальный характер образа ночной тундры и шире — Севера дополняется в этом эпизоде и мотивами единства мира и пути: «Витя отыскал на небе Полярную звезду. В безлюдной тундре она была такая же, как и на фабрике, где в бревенчатом домике возилась мать, в печке трещали дрова и можно было спать, спать, спать...» [8, 53]. Небо, единое для человека и природы, словно примирает эти миры.

Мотив единства мира актуализируется в Северном тексте русской литературы для детей и с помощью мотива отражения звездного света снегом. Яркий пример находим в повести С. Радзиевской «Остров мужества»: «Тут случилось удивительное, что только в этих местах бывает: рев бури оторвался, словно его и не было. Ветер улетел в другие места и утащил за собой тучи, покрывшие небо. Полная луна засияла так ярко, что звезды около нее потускнели, а снег засветился синими огоньками» [9]. Или: «Белый снег от сияния звезд мутно отсвечивал. На нем чернели отдельные камни и скалы: на крутых боках снег не держался. Небо то ли черное, то ли синее — не разобрать, но чистое, все звездами усыпано» [9]. Мотив отражения подчеркивает единство неба и земли в художественном мире повести. Именно на затерянном в северном море острове героям дано почувствовать эту суровую гармонию.

Мотив единства в связи с образом звезд может быть прочитан и в более широком контексте: как

единство мира и человека; тогда значимой становится нравственная оценка поступков последнего. Так, особой нравственной категорией при решении конфликта человека и природы для М. Скороходова — автора повести «Дымок» — становится категория пользы. Охотник Шумов трудится не для себя, а для других и оставляет жизнь голубому песцу Дымку не ради себя или его самого, а для сохранения баланса в жизни тундры (массовая гибель песцов по разным причинам) и пользы другим людям. Символично, что над размышляющим о человеческом нравственном и профессиональном долге героем в повести — «россыпи звезд», которые, «разгораясь, обступают остров со всех сторон» [10, 53]. И в финальном внутреннем монологе Шумова возникает образ звезд, когда он про себя дает наставления юному другу Гришутке Бокову: «Гордись, мол, парень, не беда, что дело не великое, не всем с неба звезды хватать. Как говорится, чем богаты... Если бы все делали свои дела по совести, вся наша земля была в сиянии» [10, 53]. Герой перефразирует категорический императив Канта, выраженный в знаменитой образной формуле: «Звездное небо надо мной и моральный закон во мне».

Символично, что это откровение приходит к герою, уединившемуся на необитаемом полярном острове под высокими северными звездами, когда, кажется, ничто не может помешать человеку по-настоящему почувствовать себя частью бесконечной и вечной вселенной.

Как нравственный рубеж переживает зимнюю ночь главный герой повести Н. Жернакова «Поморские ветры» после встречи со следователем Максимовым: «Сегодня и в самом деле полное небо набилось звезд. Снег не соврет. Их словно бы не бывало столько никогда» [11, 100]. Герой, чуть не погибнув от холода и болезни под звездным небом, после покаяния перед Максимовым словно проходит через своеобразный обряд инициации, символически умирает в одном качестве и возрождается в другом. Образ ночного звездного неба так же отражает идею нравственного императива. У Н. Жернакова истина, которую он воплощает, связана с концептом народной правды: только покайся перед людьми, открыв душу добру и участию, перестав думать только о себе, ощутив ответственность за себя и отца, Алексей разрывает замкнутый круг отчаяния, достигает желанного берега.

Слияние со звездами Севера становится моментом истины для повествователя у А. Мошковского. В финале рассказа «Ученик пастуха» возникают два взаимосвязанных мотива подмены и творчества. По возвращении домой тундру для героя заменяет Москва; чумы — многоэтажные дома, олени упряжки — городской транспорт, студеную воду из озер — «хлорированная из крана» [12]. В городе тундра превращается для героя в материал для творчества:

«И когда в минуты усталости сдвигаются вокруг меня стены комнаты, а перо пишет не то, что нужно, не то и не так, мне хочется сломать стены жилища, вырваться на просторы тундры, вобрать в себя блеск ее озер и свист ветра и заслужить, чтобы пастухи... приняли меня к себе в ученики» [12]. Рассказчик — художник, именно в тундре, в воспоминаниях о ней, герой черпает вдохновение, постигает истину, без которой не может быть счастливого человека и большого писателя: «Я... поднял вверх голову и замер. Все небо от горизонта до горизонта было забито крупными звездами. Млечный Путь широкой полоской опоясывал небо, и до него можно было достать хореем. Полярная звезда так низко нагнулась надо мной, что я боялся, как бы ездовые быки ненароком не сшибли ее своими рогами».

Вселенная, огромная и спокойная, во все глаза смотрела на нас — на две упряжки и трех человек. Я ехал и думал о том, как прост и прекрасен мир, в котором мы живем, как надо любить и ценить его и как ничтожен тот, кто не понимает этого» [13]. Эта лирико-философская зарисовка, описывающая ночную поездку рассказчика по тундре, образно воплощает его представления о нравственной норме, которой должен следовать человек в своих отношениях с миром. Арктика для героя Мошковского стала тем местом, где открылась для него истина, где он всерьез «начал быть».

Подобный сакральный характер образа Арктики свойственен для Северного текста детской литературы; она становится местом, где герой соприкасается со вселенским миром, открывает другого человека и самого себя, Крайний Север для писателей является проверкой физических и внутренних человеческих возможностей.

Отражением красоты внутренней выступает внешняя. Человек в Северном тексте русской литературы для детей благоговеет перед ночным звездным небом, и, как в древности, пытается услышать его таинственный зов. Так, например, в повести С. Радзиевской «Остров мужества» безжалостный мороз, который «ползет по стенам избушки» [9] белым инеем, чуть не убивает промышленников на оторвавшейся от припая льдине, приходит в мир прекрасно, с «шепотом звезд» [9]: «Звезды это шепчут. Знак дают. Стужа идет злая, теперь доведется дома больше посиживать, как бы вовсе не обморозиться» [9]. Особый внутренний зов Севера и свою связь с ним ощущает во время зимовки в заполярном Океанске в ожидании второй экспедиции главный герой повести Л. Платова «Архипелаг исчезающих островов»: «А тишина вокруг была удивительная... Все застыло, окоченело, замерзло. Человек здесь слышал самого себя: не только свой пульс, даже свое дыхание — на морозе оно шелестит, замерзая» [14]. Мороз рождает и заполярное чудо — северное сияние. Об этом, например, пишет К. Бадигин в своей повести «Путь

на Грумант», где кроме визуальных характеристик северное сияние и звезды получают и звуковые: «Трещат другой раз в сильный мороз сполохи, словно из ружей щелкает. Сам слышал. И матка, случается, дурит на пазорях...» [15]. В авторском комментарии писатель дает научное объяснение этому явлению («Шумы при сильных морозах, приписываемые полярному сиянию и звездам, скорее всего возникали от дыхания самих людей. Выдыхаемый с воздухом пар, замерзая, иногда в тишине явственно шуршит, потрескивает» [15]), отмечая его электромагнитную природу.

Зимняя ночь в Северном тексте русской литературы для детей устойчиво ассоциируется с полярным сиянием (в народе — сполохи, зарницы, пазори). В художественных произведениях его образ поэтизируется и становится едва ли не самой узнаваемой приметой «края земли».

Образ северного сияния устойчиво связан с мотивом света и образом особого холодного пламени/огня/пожара. Так, Н. Жернаков в «Поморских ветрах» сравнивает сполохи с огромной люстрой: «А северное сияние как играет! Колыхается и переливается разноцветно, как большая люстра из стекляшек. Огромная люстра! А то вдруг схватится все небо розоватым пламенем, рассыплется на стрелы, и они молнией ударят ввысь, заблещут около Полярной звезды. Наверное, холодное пламя у сияния. Недаром так морозно на земле» [11, 100]. Цветной пожар северного сияния описывает в романе «Беруны» З. Давыдов: «А в это время что-то зажглось за дальними перекатами, и сразу запылало небо, по которому стали развеваться огненные завесы — красные, синие, зеленые; они надвигались, отходили, закручиваясь, как прибывающая к берегу вода. Словно море загорелось в той стороне, где полгода назад поймала этих людей в ледяную сеть губовина, и дивным пожаром пылал там теперь необозримый океан, мечя вверх разноцветные сполохи» [16]. Цветным огнем поражает северное сияние героев в повести К. Бадигина «Путь на Грумант»: «В разных местах над горизонтом, точно нарисованные огненной кистью, появлялись мощные колеблющиеся завесы рубинового и изумрудного цвета. Мгновение — и они исчезали, растворившись в воздухе» [15]. Свет становится важной характеристикой сполохов, которые наблюдает рассказчик в Океанске, и в повести Л. Платова «Архипелаг исчезающих островов»: «На севере в черной глубине неба вдруг возникало облачко. Оно поднималось, легкое, почти прозрачное. Свет его становился все ярче и ярче. Если ветер был не сильным и дул с севера, сияние продолжалось очень долго. Очарование его заставляло забывать о холоде».

Вот радужные складки тяжелеют, как бы отвердевают, это свод пещеры, с которого свешиваются сталактиты. Вереница сверкающих разноцветных

арок уводит куда-то вдаль, к таинственной, темнейшей черте горизонта... Похоже на ворота в сказочный мир. Но что там? Острова ли? Пустынное ли, покрытое льдами море?» [14]. Рассказчик, вопреки тяжелым условиям зимовки, удивляется чуду Севера, восхищается им. Красота северного сияния помогает человеку забыть об инстинктивном страхе смерти, который вызывает Север, словно сам таинственный мир манит, призывает открыть свои тайны.

Знаковым в контексте повести является сравнение северного сияния, которое видит герой в Океанске, на Большой земле, с разноцветными сводами чудесной ледяной пещеры. Подобные образы мы встретим при авторской характеристике Земли Ветлугина, исчезающего ледяного полярного архипелага, который ищет герой: «Сказка! Сказка!.. Подземные дворцы изо льда!.. А какие сталактиты, сталагмиты!..» [14]. Таким образом, при описании пейзажа заполярного Океанска Л. Платов указывает на возможность двоякой трактовки образа Севера: либо с точки зрения психологически достоверной и объяснимой (рассказчик, увлеченный мечтой о таинственных островах, хочет видеть в удивительной Арктике обещание успеха в поиске земли Ветлугина), либо с позиций символических. Тогда Север предстает как таинственный мир со своими, не подвластными человеку законами.

А. Членов в книге «Как Алешка жил на Севере» и Н. Лебедев в «Архангельских робинзонах», чтобы объяснить читателям-детям, что такое северное сияние, сравнивают его со знакомой ребенку радугой. У А. Членова описанию северного сияния посвящена отдельная глава: «...он заметил, что стало светлее... через все темное звездное небо выгнулся дугой огромный разноцветный серп. Как радуга...» [17]. У Н. Лебедева читаем: «В долгую темную ночь в северных странах на небе вдруг показывается особенный свет. Сначала свет загорается на краю неба, а потом поднимается все выше и выше. Затем на небе показывается большая разноцветная радуга, радуга эта переливается и колышется как будто ветром. Потом радуга разрывается, и по небу начинают ходить большие столбы и полосы. В это время кажется, что все небо горит и небесный пожар перекидывается из одного места в другое. Но минут через двадцать свет на небе гаснет, и наступает снова темная ночь, и еще тоскливее становится на душе» [18, 26]. Создавая образ сполохов, автор использует прием контраста: красота и чудо северного сияния вызывают у его героев-робинзонов не радость и восторг или восхищение миром, но, напротив, оттеняют их тоску и отчаяние. Последние переданы в тексте через мотив цикличности времени, характеризующий художественное время, и повтор слова «опять»: «Скоро опять пришла весна. Опять прилетели птицы, появились на море морские звери. Опять начали все поглядывать на море, охотиться и собирать плавник...

Опять солнце скрылось на целые полгода. Опять начались бури и холода» [18, 27].

Устойчивым при характеристике северного сияния в детской литературе становится его зооморфное сравнение с птицами. В повести С. Радзиевской «Остров мужества» образ сполохов актуализирует антитезу «дом — остров». Ванюшка, глядя на северное сияние на острове, вспоминает то, которое видел дома: «Но такой игры дома не бывало: все небо красным, а то зеленым да золотым возьмется, точно кто разноцветными крыльями машет, и огни все переливаются. Светло делается, чуть как не днем, век бы смотрел. А потом вдруг все разом погаснет, и ночь еще черней кажется, пока глаза к ней опять не привыкнут. Тогда станет видно, как белый снег и от звездного сияния чуть отсвечивает» [9]. Игра северного сияния развлекает мальчика, которому «скушно» без солнца: полярная ночь — тоже форма жизни, поэтому неслучайна и ассоциация с птицей, возникающая в описании. Кроме того, особую полярную природу сполохов подчеркивает и внезапность их появления и исчезновения, выраженная словом «вдруг». Сполохи, как и «вдруг» исчезающее солнце, «вдруг» начинающаяся буря — особое природное проявление Севера.

Волшебных птиц в небе видит и герой повести М. Скороходова «Тайна острова Ваули». Герой, мечтающий о жизни в тундре, не дает описания Архангельска, из которого отправляется в путешествие, первые яркие детали в образе Севера в повести возникают, когда мальчик оказывается в Нарьян-Маре. Там он впервые видит «настоящее» северное сияние (то, что он наблюдал в Архангельске — «ничего особенного, просто две голубых полосы, как облака» [19, 61]). Ребенка поражает диапазон цветных сполохов, возникающих в морозном северном небе: «Я забыл обо всем на свете. Как будто кроме меня никого нет, стою под огненным разноцветным небом и не дышу. Словно миллионы жар-птиц играли в небе. А потом стало еще красивее. Закружились оранжевые лучи еще быстрее, как молнии... Я стоял под огромным огненным шатром. Цвет лучей менялся каждую секунду...Зеленые, синие, красные — они вылетали из одной точки и недалеко от земли, над горизонтом, вдруг пропадали. Ну, не верилось глазам! Я впервые увидел и почувствовал по-настоящему пространство: от края шатра до той точки, в которой сходились все лучи, было, по-моему, не меньше тысячи километров...

Небо вздрогнуло, и шатер стал золотисто-розовым. По его краю широким кольцом вспыхнула малиновая кайма. И все погасло в один миг. Я смотрел в ту точку, откуда вылетали лучи, а там — яркая маленькая звездочка...» [19, 61]. Редкой красоты северное сияние, увиденное героем, — его первая «северная удача» («такие сияния ... бывают редко» [19, 61]) и первое чудо, которое дарит ему Арктика. Она при-

открывает мальчику дверь в заветный таинственный мир Крайнего Севера.

С золотыми павлинами сравнивает сполохи З. Давыдов в романе «Беруны»: «Казалось, золотые павлины распустили там горящие хвосты и горделиво расхаживали по широко разостланным коврам, то заходя за край пурпуровой завесы, то снова появляясь и шествуя дальше по тропе, которая протянулась с востока на запад, но все больше начинала отклоняться к югу» [16]. Интересно, что описание северного сияния в повести, с одной стороны, по цветовой характеристике близко к образу арктических льдов, а с другой — ассоциативно связывается с образом моря-дороги. Так в книге создается единство художественного мира северного острова.

Герои повести К. Бадигина «Путь на Грумант» так же видят чудесную птицу, наблюдая северное сияние: «Вихри зеленого пламени охватили все небо, сошлись в зените, и из них выплыла гигантская огненная птица. Она парила в вышине, распластав широкие крылья, сотканые из тончайших прозрачных лучей» [15]. К. Бадигин оригинально дополняет традиционный образ полярного сияния: «На прощанье расточительная природа показала своим благодарным зрителям еще одно феерическое зрелище: в вышине засияла многоярусная блестящая корона, от которой во все стороны мчались многоцветные стрелы холодного огня» [15]. Образ короны словно подчеркивает величие северного острова и мира Севера в целом, явно обладает оценочной семантикой.

Кроме того, образ северного сияния актуализирует сквозной для сюжета мотив пути: «Теперь через весь небосвод кто-то перекинул сверкающий хрустальный мост, а затем яркий зеленый луч, как меч в руках у великана, рассек темный бархат неба» [15]. Эти строки из повести К. Бадигина «Путь на Грумант» созвучны отрывку из романа З. Давыдова «Беруны»: «Дорога эта перекинулась наконец через весь остров, как серебряная дуга, огромным выгнутым мостом уводила из страны пустой и необитаемой в плодоносные земли...» [16]. Этот эпизод запечатлевает своеобразный виток сюжетной спирали в романе: герои, так стремившиеся по морской дороге попасть к богатому Груману, оказавшись на Малом Беруне, мечтают вернуться домой. Чудесный рай оказывается на родной земле, «где человек собирает в житницы зерно, где шелестит трава и лепечут струи реки» [16].

Схожую образно-мотивную характеристику сполохов находим в повести А. Членова «Как Алешка жил на Севере». В ней так же возникает ассоциативная близость северного сияния и моря и образ моста, который, правда, на наш взгляд, актуализирует семантику единства мира: «...Сначала оно было еще зеленое, переливающееся, как будто в солнечный день по морю волны бегут. А потом края северного сияния, которыми оно как будто держалось за зем-

лю, поднялись вверх, и тогда получилось, что это уже не мост, а огромная лента развернулась по небу» [17].

Изменчивость образных ипостасей сполохов становится символом живой жизни северного мира, который только на первый взгляд может показаться замершим, застывшим или бесцветным. На самом деле именно здесь герои Северного текста русской литературы для детей могут в полной мере почувствовать связь с миром, научиться видеть его красоту.

Чудо северного сияния — это то немногое, что в суровом краю может примирить человека с природой и собственной судьбой. Так, в повести М. Скороходова «Дым над островом» переломным эпизодом, обозначившим изменившееся отношение героя к острову после того, как Сергей узнал его, обжил, приспособился к нему, становится эпизод с северным сиянием, которое наблюдает герой. Это северное чудо начинается «вдруг» и потрясает персонажа до глубины души: «Вдали, в восточной части неба, вдруг вспыхнули огромные желто-зеленые столбы северного сияния, и вскоре почти весь небосвод был охвачен холодным кипящим огнем.

Сергей остановился, потрясенный волшебной игрой красочных лучей в черной, усыпанной звездами бездне... Было что-то радостно-таинственное в этом стремительном гордом полете разноцветных лучей. Абсолютная тишина, сказочный покой снежных просторов, озаренных призрачным светом, словно подчеркивали величие происходящего. Время остановилось...» [20, 103]. Северное сияние рождается в споре холода и огня, темноты и цвета. Оно — чудо северной природы — словно послано герою в утешение. Сергей, принимая сияние как дар Арктики, «чувствует, что его отношение к острову изменилось. Стали дорогими эти холмы, сопка, груды скал, песчовые тропки, заструги на припае, весь этот простор, слитый с небом, со Вселенной, пронизанный искорками звездного света» [20, 104]. Это сакральный момент слияния с миром, доступный избранным, момент принятия «чужого» мира как «своего»: «Не было бы здесь меня, пропадала бы ни за что, ни про что вся эта красота. Звезды, сияние, ночь, тишина — все для меня. Остров был мертвым, а теперь он живет, грустит и радуется вместе со мной» [20, 104]. Теперь герой осознает свою робинзонаду не как роковую случайность и трагедию, а как проявление целесообразности, мудрости жизни, и себя — человека — начинает понимать как органичную часть вселенной, призванную придать смысл всему окружающему. После эпизода с северным сиянием остров понимается уже не как случайное пристанище, но как дом, видимо, неслучайно третья глава повести называется «Большая семья».

Итак, образ ночи в Северном тексте русской литературы для детей чаще всего тесно связан с зимой как календарным временем и актуализирован с помощью более частных образов звезд и север-

ного сияния. Первые связаны с древними астральными мифами через зооморфные сравнения и тему охоты (звезды — пространственные ориентиры для поморов — охотников и путешественников); мотивы единства и красоты мира, нравственного выбора человека. Образ северного сияния создается в Северном тексте русской литературы для детей с помощью более частных образов огня (пламени, пожара), радуги, пещеры, моста, сравнения с птицами и морем; он, с одной стороны, противопоставлен родному дому героев, так как причастен миру Арктики, с другой — связан с мотивом примирения героя с судьбой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галимова Е. Ш. Специфика Северного текста русской литературы как локального сверхтекста / Е. Ш. Галимова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2012. — № 1. — С. 121–129.
2. Лошаков А. Г. Сверхтекст и Северный текст русской литературы. // Северный текст как логосная форма бытия Русского Севера / Сост., отв. ред. Е. Ш. Галимова, А. Г. Лошаков. Т. 1. Архангельск: ИМИДЖ-ПРЕСС, 2017. — С. 26–57.
3. Матонин В. Н. Образы «движения» и «цели» в Северном тексте русской культуры / –Матонин // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2013. — № 6. — С. 221–223.
4. Петров А. В. Топонимы как выразительное средство в Северном тексте / А. В. Петров // Филологическая регионалистика. — 2010. — № 1–2 (3–4). — С. 48–53.
5. Митрофанова А. А. Интертекст Северного текста / А. А. Митрофанова // Геокультурное пространство Европейского Севера: генезис, структура, семантика. сборник научных статей. Сер. «Поморские чтения по семиотике культуры. Архангельск: «Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова, 2011. — С. 412–421.
6. Галимова Е. Ш. Северный текст русской литературы: методология исследования / Е. Ш. Галимова // Северный текст как логосная форма бытия Русского Севера / Сост., отв. ред. Е. Ш. Галимова, А. Г. Лошаков. Т. 1. Архангельск: ИМИДЖ-ПРЕСС, 2017. — С. 9–26.
7. Мифы народов мира / Под ред. С. А. Токарева. В 2 т. Т. 1. А–К. М.: Советская энциклопедия, 1987. — 671 с.
8. Барышев М. И. Маленькие поморы / М. И. Барышев. — М.: Детгиз, 1958. — 88 с.
9. Радзиевская С. Б. Остров мужества / С. Б. Радзиевская. — Казань: Татарское книжное издательство, 1972. — Режим доступа: <https://libcat.ru/knigi/detskaya-literatura/prochaya-detskaya-literatura/12484-sofya-radzievskaya-ostrov-muzhestva.html> (дата обращения: 10.04.2023)
10. Скороходов М. Е. Дымок // Скороходов М. Северные робинзоны. Приключенческие повести. — Архангельск: Северо-Западное книжное изд-во, 1965. — С. 35–54.
11. Жернаков Н. К. Поморские ветры / Н. К. Жернаков. — Архангельск: Северо-Западное книжное изд-во, 1964. — С. 7–108.
12. Мошковский А. И. Ученик пастуха / А. И. Мошковский. — Режим доступа: <https://litmir.club/br/?b=111142&p=56> (дата обращения: 31.10.2023).
13. Мошковский А. И. Ночные крики лебедей / А. И. Мошковский. — Режим доступа: <https://litmir.club/br/?b=111142&p=55> (дата обращения: 31.10.2023).
14. Платов Л. Д. Архипелаг исчезающих островов / Л. Д. Платов. — Режим доступа: <https://libking.ru/books/adv-adventure/577490-leonid-platov-arhipelag-ischezayushchih-ostrovov.html> (дата обращения: 31.10.2023).
15. Бадигин К. С. Путь на Грумант. Поморская быль / К. С. Бадигин. — Режим доступа: <https://mezrob29.ru/nazvanie-teksta/> (дата обращения: 31.10.2023).
16. Давыдов З. С. Беруны. Из Гощи гость / З. С. Давыдов. — М.: Детская литература, 1971. — Режим доступа: <https://www.rulit.me/books/beruny-read-414466-1.html> (дата обращения: 31.10.2023).
17. Членов А. Ф. Как Алешка жил на Севере / А. Ф. Членов. — Режим доступа: <https://libking.ru/books/child-/child-prose/131359-anatoliy-chlenov-kak-aleshka-zhil-na-severe.html> (дата обращения: 23.10.2023).
18. Лебедев Н. К. Архангельские робинзоны. Рассказ о приключениях четырех поморов на необитаемом острове в северном полярном море / Н. К. Лебедев. Серия: Библиотека по географии для начальной школы — М.: Гос-уч.-пед-е изд-во, 1935. — 31 с.
19. Скороходов М. Е. Тайна острова Ваули // Скороходов М. Северные робинзоны. Приключенческие повести. — Архангельск: Северо-Западное книжное изд-во, 1965. — С. 55–76.
20. Скороходов М. Е. Дым над островом // Скороходов М. Северные робинзоны. Приключенческие повести. — Архангельск: Северо-Западное книжное изд-во, 1965. — С. 77–121.

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

Давыдова А. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы Высшей школы социально-гуманитарных наук и международной коммуникации

E-mail: a.davidova@narfu.ru

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov

Davydova A. V., Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Literature, Higher School of Social and Humanities and International Communication

E-mail: a.davidova@narfu.ru

БАЗИСНЫЕ ЭТНОМАРКИРОВАННЫЕ МЕТАФОРЫ В ЧЕЧЕНСКОЙ КЛАССИЧЕСКОЙ ПОЭЗИИ

Л. М. Довлеткиреева

Чеченский государственный университет им. А. А. Кадырова
Академия наук Чеченской Республики

Поступила в редакцию 12 октября 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается репрезентация базисных этноментальных метафор в стихотворных текстах классиков чеченской литературы: Раисы Ахматовой, Арби Мамакаева, Магомета Мамакаева, Билала Саидова, Ямлихана Хасбулатова и других. Автор стремится выявить средствами лингвокультурологического и литературоведческого анализов взаимосвязь между образным мышлением этноса и ментально значимыми отвлеченными понятиями, определить место ключевых метафор-символов в семиотической системе языковой картины мира чеченской нации и чеченской лингвопоэтики.

Ключевые слова: концепт, метафора, художественный образ, языковая картина мира, поэтический символ.

Abstract: the article deals with the representation of basic ethno-mental metaphors in the poetic texts of the classics of Chechen literature: Raisa Akhmatova, Arbi Mamakaev, Magomet Mamakaev, Bilal Saidov, Yamlikhan Khasbulatov and others. The author seeks to reveal by means of linguoculturological and literary analysis the relationship between the figurative thinking of an ethnic group and mentally significant abstract concepts, to determine the place of key metaphors-symbols in the semiotic system of the linguistic picture of the world of the Chechen nation and Chechen linguopoetics.

Keywords: concept, metaphor, artistic image, language picture of the world, poetic symbol.

В данной статье метафора рассматривается в качестве психологического и речевого механизма, который позволяет произвести перенос наименования с одного предмета на другой на основе общих признаков, по аналогии, как один из ведущих тропов в художественной стилистике, формирующих образно-выразительную картину литературного текста и оказывающих эстетическое воздействие на читателя. Художники слова являются носителями определенной национальной и языковой картины мира, фрагменты которых так или иначе отражаются в их творчестве, поэтому воспроизводимость образа в произведениях различных авторов и жанров и его ментальная наполненность, на наш взгляд, сигнализируют о том факте, что эта метафора является результатом коллективного этноментального мышления и входит в национальную концептосферу. Ведь перенос наименований основывается в этом случае на «мифологемах», «языковых ассоциативных стереотипах», «прагматике быта того или иного народа, определяющих аксиологическую природу образной аналогии» [3, 131].

Используется методология литературоведения, стилистики и когнитивной лингвистики: структурно-семантический анализ художественного текста,

установление связи между языком и мышлением, выявление ключевых концептов национальной картины мира на материале поэзии, определение логических абстрактно-образных корреляций между категориями бытия и категориями сознания.

Этническое своеобразие образной системы литературно-художественного текста определяется различными экстралингвистическими факторами: природой родного края, материальной и духовной культурой, историческими перипетиями в жизни этнического сообщества, этическими ценностями, традициями, обычаями. Ведь мышление, в том числе и национальное, опосредуется конкретным опытом жизнедеятельности, поэтому в основе ассоциативных связей лежит, в первую очередь, именно телесный опыт. Следовательно, для интерпретации художественных образов читатель должен владеть определенным набором фоновых знаний, только в этом случае он будет способен воспринимать текст в плоскости национального мировидения автора, неискаженно. Читателю-инофону необходимо отделить собственное мироощущение от авторского, коррелируемого его национальным менталитетом.

Чеченская лингвокультура, как и любая другая, является сложной семиотической системой, состоящей из многочисленных ментально-образных кодов и базирующейся на фольклорных текстах, мифоло-

гии, религиозной и хозяйственно-бытовой практике, литературно-художественном творчестве.

На наш взгляд, анализ поэтических произведений чеченских авторов показывает, что они, в основном бессознательно, оперируют этими образными знаками, включая их в художественное пространство своих текстов. Мы говорим «бессознательно», так как повторяемость одного и того же образа в текстах разных поэтов свидетельствует об этнопсихическом характере этого процесса, о влиянии национальной картины мира. Тем не менее, поскольку мастер слова всегда стремится к оригинальности и индивидуализации метафоры, оказываясь погруженным в новый литературный контекст, общезыковой символ наполняется дополнительными смыслами, получает более яркое звучание, оставаясь в то же время специфическим национально-ментальным маркером художественного сознания автора.

Для национального образного мышления горцев характерно «вертикальное сознание», или, по определению З. А. Кучуковой, «философия вертикали» [4], то есть географическое положение определяет наличие вертикальных символов, обладающих положительной коннотацией. Прежде всего, это горы, чинары, орлы, небо, клинок, кинжал, башни...

Горы в ментальном представлении чеченцев связаны с идеей духовного возвышения, стремлением к идеалу, мудростью, ведь они устремлены своими остроконечными вершинами к небу и возвышаются над всем сущим. Они также являются своеобразным оберегом этноса в прямом и переносном смысле, поскольку именно горы защищают от врагов, а также охраняют вековые обычаи и нравы от внешнего воздействия, поэтому в образно-поэтической картине мира сопутствующими горам символами являются папаха и бурка — элементы национальной одежды горца, его внешние идентификаторы.

В «Сказании о горцах» Магомед Мамакаев объясняет, почему именно горы стали ключевым символом кавказских поэтов, они олицетворяют Родину, ее прошлое и настоящее, необходимость оберегать законы старины, сформированные «у подножья гор — жилищ орлов» «седыми прадедами и дедами» и основанные на «любви к Отчизне, совести, долге и чести» [5, 127]. Ценным качеством горца является мужество, которому будущего защитника учат с колыбели:

Любовь к Отчизне,
Совесьть,
Долг и честь
Здесь сыновьям внушали с колыбели
И, прежде чем учили пить и есть,
О мужестве над ними песни пели. [5, 127].

Трусливого же ожидает проклятье матери, о чем также предупреждает суровая колыбельная: «Пусть молоко груди моей / Убьет тебя, как яд» [5, 128]. Поэт использует фольклорное проклятье, которое до сих пор, являясь фразеологизмом, активно воспроизво-

дится в речи носителей чеченского языка. Имена же героев в горах передаются из поколения в поколение в легендах и преданиях, не позволяя прерваться цепочке и сохраняя преемственность поколений:

В семействе гор, ушедших в облака,
Они из уст в уста передавались,
Из сердца в сердце, из веков в века,
И годы шли — легенды оставались.

И полон я преданий прошлых дней,
Заветов горькой и великой жизни,
И навсегда слилось в душе моей
Понятье гор с понятием Отчизны! [5, 128].

Из географических объектов еще одним популярным символом в чеченской поэзии является река, причем не абстрактная и типизированная, а конкретные реки, протекающие в Чечне — Терек и Аргун. Их буйный нрав передает стремительный, напористый, сильный, мужественный характер обитателей этих мест. Как это часто бывает, в одном стихотворении сплетаются, дополняя друг друга, несколько символов-метафор, эпитетов, сравнений. Так, в стихотворении «Терек» Арби Мамакаева — это горы, волк, тучи:

С гор высоких, где клубятся тучи,
Ты сбегаешь, Терек мой кипучий,
Оглушен стою на берегу,
Ты по-волчьи воешь на бегу. [5, 141].

Большинство символов-метафор, в том числе перечисленные нами выше, также связаны с непреходящей ценностью национального микрокосма — свободой. Арби Мамакаев, посвящая осетинскому классику Косте Хетагурову свои патетические строки, напоминает, что миссия кавказских поэтов заключается в воспевании свободы, поэтому вся семиотическая система кавказской лирики выстраивается вокруг этой константы — географические объекты, анималистические метафоры, элементы культуры и быта — все они призваны отстаивать право горцев на собственный образ жизни и мысли.

Горы, ущелья, обычаи, реки,
Скалы, аулы твои, мой Кавказ,
Счастье и верность свободе навеки —
Все воспевали поэты не раз! [5, 142].

Отмечая превосходство Косты Хетагурова над всеми остальными певцами свободы, чеченский поэт сравнивает его с самой высокой горной вершиной:

Словно Казбек среди гор, головою
Выше других был твой сын, твой певец! [5, 141].

Неразрывность символики горы с понятиями свободы, чести, мужества, негиблемости характера и воли подчеркивают и строки из поэмы А. Мамакаева «В горах Чечни»: «Их научила мать-природа / Быть тверже неприступных гор. / Всего милее им свобода. / Всего страшнее им позор». [5, 150].

Волк и конь — два важных символа, организующих и наполняющих многомерными смыслами семантическое поле концепта «кьо́нах» (в перево-

де на русский язык — джигит, хотя данная лексема не является эквивалентной этому глубокому понятию). Къонах в чеченском представлении не просто мужчина, смелый и сильный, это, прежде всего, благородный молодец, который видит смысл своей экзистенции в защите родины и стремлении к свободе, он соблюдает неписанный кодекс чести къонаха, в чеченском языке ему соответствует безэквивалентная единица речи — къонахалла — свод определенных норм, правил и представлений, характерных для миропонимания и образа жизни достойного мужа. Стержневым компонентом этой системы является понятие чести.

В стихотворении «На могиле отца» А. Мамакаев, используя фольклорные мотивы и перепевы, приводит несколько незыблемых формул из этого кодекса, в фокусе которых понятие о чести: «Лучше горькая честная смерть, чем бесчестное имя», «Чтобы честь от тебя не ушла, будь ты смелым и стойким», «Пусть на свет не рождается сын, если он не их храбрых» [5, 150].

Семантическое поле концепта «джигит (къонах)» формируется с помощью метафор-символов «гора», «волк», «конь», «орел», «сокол», «барс», «лев», «кинжал», «папах», «бурка», «воля (свобода)»... Например, у А. Мамакаева: «Близок я горам по крови и духу...» [5, 146], «И мне бродить с волками наравне» [5, 152], «Джигит — мальчишка без коня» [5, 155]. Порой несколько анималистических символов в одном контексте призваны усиливать впечатление, как у Ахмата Нажаева: «Рвались кони, гордые, как львы» [5, 186]. Призвание къонаха — отстаивать независимость своего народа, это его добровольный выбор, он обладает абсолютной внутренней свободой, поэтому даже природа родного края, воздух дышат ею: «Дни и ночи птицами летели, / Непреклонной волею дыша» [5, 186].

Олицетворяют устремленность чеченцев к свободе и песни пондара — чеченского музыкального инструмента. Чеченские эпические песни илли обладают мощной силой воздействия на слушателей, повествуя о реальных героях чеченской истории и называя их по именам, позволяя сохранить память о достойных пращурах.

Билал Саидов видит предназначение поэта — певца родной земли в том, чтобы «быть орлом в поднебесных гнездовьях» [5, 228], то есть быть свободным и возвышающимся, парящим над суетой мира, горы он называет «бородатыми» [5, 229], что еще раз подчеркивает тот факт, что большинство авторов связывают символику гор с историческим прошлым, хранителями которого они выступают, мудростью и непоколебимой стойкостью предков.

О преемственности поколений, магической силе родной земли, передающей от дедов к отцам и от отцов к сыновьям их свободолюбивый дух, пишет в стихотворении «Ночь в горах Ведено», посвященном че-

ченскому национальному герою — абреку Зелихану Харачоевскому, ингушский поэт Хамзат Осмиев. Гора в лирических строках олицетворена и предстает в образе заколдованного великана, возвышающегося над миром. Силу ей придает вода ручья, символизирующая взаимосвязь всего сущего и ту роль, которую играет природа родного края в формировании национального характера и психологии. С водой ручья каждый испивший из него приобретает особые силы, ведь это «ручей, из которого пил Зелимхан» [5, 221]. Этот же мотив прослеживаем в стихотворении Ямлихана Хасбулатова «Чахчар» («Водопад»): «Сам Зелимхан, Харачой покидающий <...> пил твою струи» [5, 401]. В этом произведении водопад выступает хранителем исторической памяти, связующим звеном между прошлым и настоящим, символом мощи и величия. Синонимичным по своей семантике водопаду и горе является и дикая груша в стихотворении «Старая груша» Я. Хасбулатова, она также олицетворяет родную землю, каждый шелест ее листы является средоточием памяти о событиях давно минувших лет, наследии и заветах предков, преемственности поколений къонахов: «Как много былей в шелестах и скрипах», «Ты потому под бурей не сломалась, что у тебя джигиты за спиной» [5, 402].

Орлы, горы и башни — символы, неразрывно связанные друг с другом, зачастую взаимодействуют в одном художественном тексте, обогащая его пространство различными семантическими оттенками, транслирующими общую идею величия исторических идеалов и устремлений этноса. Горы и башни (их культурные копии) являются стражами поколений, хранителями исторической памяти, у Раисы Ахматовой «горы не стареют / Они могучи, как полет орла», «Тут кровь отцов на скалах затвердела, и слава их бессмертье обрела» [5, 258]. Несмотря на то, что в целом символика у Раисы Ахматовой насыщена типичными для чеченского миропонимания понятиями и идеями, порой гендерный фактор влияет на то, что рассматриваемые образы вплетаются в сугубо женскую лирическую метафорику, приобретая нехарактерную для них нежность и чистоту звучания. Происходит это за счет использования в одном контексте феминно маркированных метафор, олицетворений и сравнений, например: «Небо сбросило звездную шаль», «красота недотроги Чечни», «наши горы тебе принесут сотни тысяч легенд о любви» [5, 262], «Облако к груди горы приникло» [5, 258], о горянке — «глядела на мир, как подбитая лань» [5, 257]. И все же вертикальные символы в поэтике Раисы Ахматовой транслируют, прежде всего, силу духа и непоколебимое стремление к преодолению вековых несвобод: «О женщина гор! Где ты силу взяла, / Чтоб к горной вершине подняться?» [5, 258]

В поэтической картине мира чеченских авторов ключевые концепты-метафоры реализуют свое выразительное начало не только в философских кар-

тинах бытия, но и в простых пейзажных зарисовках. Очевидно, что это происходит неосознанно, поэты мыслят национальными метафорами легко и непринужденно, даже не замечая этого, ведь в противном случае они бы стремились к максимальной индивидуализации образа, его неповторимости. Речь идет о таких выражениях, как «папах небес», «снежная папах гор», «ветер вольной волчицей рыскал» [5, 347] и других, в которых прослеживается непроизвольная повторяемость. Их также нельзя отнести к категории «постоянных» эпитетов или метафор, характерных для фольклорных произведений, так как они не воспроизводятся в готовом виде, а используются в различных вариациях, органично входя в образную систему авторских текстов наряду с индивидуально-стилистическими тропами и фигурами.

Мы пришли к выводу о том, что метафора как способ мышления и элемент концептосферы позволяет объяснить сложные и концептуально значимые для этноса отвлеченные понятия с помощью более ясных и доступных наименований явлений и предметов. Писатели, будучи носителями определенной языковой картины мира, неосознанно включают национальные концепты-метафоры в художественную систему своих произведений наряду со средствами индивидуальной образности, поэтому тексты, насыщенные этническими знаками, способны активно транслировать читателю этнокультурную информацию. Метафоры-символы языковой картины мира этноса выступают в этом случае как своеобразные коды национальной ментальности, расшифровать которые, не обладая определенными фоновыми знаниями, возможно, но представление может быть неполным или искаженным.

Несмотря на то, что базисные концептуальные метафоры входят в пространство различных поэтических или прозаических текстов, их нельзя рассматривать в качестве трафаретных образов, поскольку писатели применяют многообразные комбинации их творческой реализации, что связано с особенностями их идиостиля. Семантика метафоры расширяется и дополняется тем, что авторы используют

их не изолированно, а в семантическом сочетании с другими метафорами. Ключевая национальная метафора, таким образом, является не только средством экспрессивно-эстетического воздействия на читателя, но и конструирует ментальные смыслы, так как в ее основе лежат исторические, культурные, природные явления.

Из проведенного анализа, на наш взгляд, вытекает, что для чеченской поэзии свойственна реализация устойчивой метафорической парадигмы, основанной на ключевых элементах концептосферы языка. Тематически и по способу экспликации их можно обозначить как метафоры-артефакты, натурфакты и антропоморфы. Они находятся в достаточно тонких и завуалированных взаимопереплетениях денотативно-коннотативных связей и ассоциаций, нанизываясь и наслаиваясь друг на друга в художественной картине мира чеченской поэзии, что приводит к расширению и углублению семантического поля метафорических переносов, укрупняет представление о национальном менталитете, способствует созданию многоплановой и многофокусной модели чеченского мировидения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киселёва С. В. Очерки по когнитивной теории концептуальной метафоры / С. В. Киселёва. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2013/03/05/pdf>
2. Пименова М. В. Душа и дух: Особенности концептуализации: Монография / М. В. Пименова. — Кемерово: Графика, 2004.
3. Гридина Т. А. Национальная специфика ассоциативного контекста зооморфной метафоры / Т. А. Гридина, Н. Е. Коновалова // Уральский филологический вестник. — № 2 (27). — 2018. — С. 131–141.
4. Кучукова З. А. Онтологический метакод как ядро этнопоэтики / З. А. Кучукова. — Нальчик: Издательство М. и В. Котляровых, 2005.
5. Антология чечено-ингушской поэзии / Составитель В. А. Дыхаев. — Грозный: Чечено-Ингушское книжное издательство, 1980.

Чеченский государственный университет им. А. А. Кадыева

Довлеткиреева Л. М., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка; старший научный сотрудник отдела языка, литературы и фольклора Института гуманитарных исследований Академии наук Чеченской Республики

E-mail: dlida@inbox.ru

A. A. Kadyrov Chechen State University

Dovletkireeva L. M., Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of the Russian Language; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education; Senior Researcher, Department of Language, Literature and Folklore, Institute for Humanitarian Research, Academy of Sciences of the Chechen Republic

E-mail: dlida@inbox.ru

РОМАНЫ «ЧАПАЕВ И ПУСТОТА» И «Т» В. ПЕЛЕВИНА: ТОЛСТОВСКИЕ И БУДДИЙСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖТЕКСТОВЫХ СВЯЗЕЙ

Л. В. Дубаков

Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне, Шэньчжэнь, Китайская Народная Республика

Поступила в редакцию 12 октября 2023 г.

Аннотация: в статье анализируются межтекстовые связи романов В. О. Пелевина «Чапаев и Пустота» и «т». В центре внимания книги «т» оказывается фигура Л. Н. Толстого, представляющая собой одновременно и масскультную проекцию сложившегося в российском обществе мифа о великом русском писателе и религиозном деятеле, и инвариант пелевинского героя-сталкера, духовного искателя, обнаруживающего фальшивую природу реальности и устремляющегося к освобождению из нее. Эпизодические и второстепенные персонажи романа «Чапаев и Пустота» становятся главными героями романа «т», при этом набор концептов, связанных с их жизнью и творчеством, наполняется Пелевиным буддийским содержанием. В частности, писатель деконструирует в буддийском ключе сюжеты и образы толстовской прозы. Кроме того, Пелевин, развивая идеи, обозначенные в «Чапаеве и Пустоте», организует в книге обусловленные буддийской проблематикой заочные диалоги между героями и их прототипами, между толстовством и буддизмом, наконец, между профанной и подлинной версиями буддизма.

Ключевые слова: В. О. Пелевин, Л. Н. Толстой, В. С. Соловьев, буддизм, буддийский текст, толстовство, деконструкция мифа, ирония, сатира, буддийская философия

Abstract: the article analyzes the intertextual connections of V. Pelevin's novels «Chapaev and Void» and «t». The focus of the book «t» is the figure of L. Tolstoy, which is both a mass-cultural projection of the myth of the great Russian writer and religious figure that has developed in Russian society, and the invariant of Pelevin's stalker hero, a spiritual seeker who discovers the false nature of reality and aspires to liberation from it. Episodic and minor characters of the novel «Chapaev and the Void» become the main characters of the novel «t», while a set of concepts related to their life and work is filled by Pelevin with Buddhist content. In particular, the writer deconstructs the plots and images of Tolstoy's prose in a Buddhist way. In addition, Pelevin, developing the ideas outlined in «Chapaev and the Void», organizes correspondence dialogues in the book, conditioned by Buddhist problems, between the heroes and their prototypes, between Tolstoyism and Buddhism, and finally, between profane and authentic versions of Buddhism.

Keywords: V. Pelevin, L. Tolstoy, V. Solovyov, Buddhism, Buddhist text, Tolstoyism, deconstruction of myth, irony, satire, Buddhist philosophy.

Интерес Л. Н. Толстого к буддизму общеизвестен. Так, великий русский писатель собирался создать жизнеописание Будды Шакьямуни («Сиддарта, прозванный Буддой, т.е. святым. Жизнь и учение его»), написал два рассказа, в которых обнаруживаются буддийские мотивы («Карма» и «Это — ты»), цитировал Будду в своей просветительской публицистике. Внимание Толстого к буддизму, близость его мыслей отдельным положениям буддийского учения отмечала русская религиозная философия, о сходстве и отличии толстовства и буддизма пишут современные исследователи истории философии [1, 38; 2, 10; 3, 39].

Русская художественная литература также осмысляла и продолжает осмыслять буддийские составляющие образа Льва Толстого. Спустя десятилетия после появления знаменитого эссе И. А. Бунина «Освобождение Толстого» на эту же тему, но по-своему

высказался А. Л. Иванченко в книге «Освобождение Толстого: буддийские мотивы в жизни и творчестве Л. Н. Толстого» (2005) [4]. Образ писателя, связанного с буддизмом, можно увидеть в главе «Мертвый будда исхода времен» из книги «Путевые знаки» В. С. Березина. Но, конечно, наиболее яркий образ Льва Толстого создан в романе Виктора Пелевина «т» (2009). Главный герой этой книги является очевидной отсылкой к образу великого писателя, из которого русское массовое сознание сотворило одновременно серьезный и комический миф [5].

Оговоримся, что в данной статье анализ образа Льва Толстого в пелевинском творчестве осуществляется в рамках исследования «буддийского текста» русской литературы, который отталкивается от концепции «петербургского текста», разработанной В. Н. Топоровым [6] и транспонированной литературоведами в религиозную сферу [7].

Виктор Пелевин начал разрабатывать свой миф

о Толстом сравнительно рано: образ этого писателя появляется в пелевинской прозе и в 1990-е годы, и в начале нулевых. Так, например, толстовская идея «опрощения» была травестирована Пелевиным в романе «Ампир В» (2006), где вампиры-толстовцы пили кровь натуральным способом. А в романе «Чапаев и Пустота» (1996) Лев Толстой увиделся Петру Пустоте катящимся по Стиксу и преследуемым Цербером. Указанный эпизод, а также ряд концептов, связанных с духовным путем Толстого, Пелевин разовьет и всерьез и иронически переосмыслит в романе «t».

При этом нужно отметить, что переключки между прозой Пелевина и толстовским творчеством не всегда очевидны. В интервью журналу «Правила жизни» от 2021 года, на которое, в связи с анализом толстовских мотивов у Пелевина, обратил внимание А. Д. Соловьев [8], писатель говорит, что «смерть — это пробуждение от жизни» и приводит пример с Арлекином, который существует лишь как маска, замечая, что поэтому о том, что будет с ним после окончания представления, говорить бессмысленно (схожий образ и похожая мысль есть в романе «t»). А далее в подтверждение своих слов Пелевин напоминает о дневнике Льва Толстого: «Умирая, мы просыпаемся от того, что считали собой. Кстати, в дневнике Льва Николаевича Толстого описан потрясающий сон на эту тему» [9]. Можно предположить, что речь идет о записи от 15 сентября 1909 года, в которой Толстой вспоминает свой сон об охоте и замечает, что «обман происходит и в том, что мы называем действительной жизнью. Только с той разницей, что от того сновидения мы проснулись, а от жизни проснемся только при смерти. Только тогда мы узнаем и убедимся, что реально было в этой жизни то, что спало и что проснулось при смерти» [10, 250]. В контексте романа «t» эти слова являются одним из смысловых центров повествования.

Кстати, интересен и другой сон Льва Толстого. Это рассказ «Сон» (1858). В центре текста — ощущение морального стыда человека, волею судеб оказавшегося возвышенным перед другими людьми [11]. Но экспозиция этого сна заставляет вспомнить об эпитафии к «Чапаеву и Пустоте»: «Глядя на лошадиные морды и лица людей, на безбрежный живой поток, поднятый моей волей и мчащийся в никуда по багровой закатной степи, я часто думаю: гдя Я в этом потоке?» [12, 5]. В пелевинском эпитафии имеются мотивные и текстуальные совпадения с толстовским «Сном»: герой находится перед «потоком» у Пелевина, перед «толпой», над которой мысли поднимались «потоком», — у Толстого; поток у Пелевина поднят волей героя, «толпа вздрагивала как один человек» — у Толстого; герой Пелевина задается вопросом о границе между толпой и собой, герой Толстого замечает, что люди были для него «частями одного лица, покоренного» им; герой «Сна» — царь, на котором «одежда древних» [11], у Пелевина под эпитафией стоит имя

Чингиз Хана. Иными словами, можно предположить, что придуманный Пелевиным эпитафией одним из своих источников имеет «Сон» Л. Н. Толстого, из которого им заимствован мотив соотнесения отдельной личности и множества. В финале рассказа Толстой актуализирует моральную составляющую, Пелевин же, переосмысляя толстовский рассказ, выводит на первый план составляющую онтологическую.

Возвращаясь к роману «t» и его связям с «Чапаевым и Пустотой», нужно отметить, что, кроме ставшего графом Т. Льва Толстого, в этой книге появляются и другие герои из раннего пелевинского романа — это Урган Джамбон Тулку VI и Василий Чапаев. И, возможно, Анка-пулеметчица, которая в «t», будучи еще маленькой, отмечается тем, что передает привет «страшному дяде с бородой» [13, 392], то есть графу Т, и становится примером личности Абсолюта [13, 342].

Урган Джамбон Тулку — автор предисловия к «Чапаеву и Пустоте», задающий необходимость буддийского его прочтения. (Отметим, что в романах «t» и «Generation «П»» речь идет об Ургане Джамбоне Тулку VI, тогда как в «Чапаеве и Пустоте» — об Ургане Джамбоне Тулку VII. Представляется, что это все-таки случайная ошибка, а не пример реализации способности тулку к переносу сознания. Прим. Наше. — Л. Д.) (Кстати, этот персонаж появляется также в романе «Generation «П»» (1999), где выступает в качестве специалиста по рекламе, поясняющего обманную механику ее работы [14, 197–198].) По словам Чапаева, Урган Джамбон Тулку вырос в Париже. Его имя — Джамбон в переводе с французского — «ветчина». Он настоящий лама-перерожденец, но его титул куплен родителями [13, 339]. Соловьев (персонаж «t»), со слов самого Ургана Джамбона Тулку, по поводу его титула сказал следующее: «...есть две категории людей, которые в них верят: неграмотные кочевники страны снегов и европейские интеллигенты, охваченные неугасимой жаждой духовного преображения» [13, 330]. Этот пассаж отсылает к статье И. Берхина конца 1990-х годов «Прогулки с Котовским, или Из мениппеи снов не выкинешь», в которой тот предположил, что имя ««Джамбон» <...> практически омофонично французскому jambon, «ветчина». Таким образом, уддиянская любовь превращается в парижский криминал с гастрономическим оттенком» [15]. Берхин также отмечает и присутствие в его имени «слога «бон» <...> помимо добуддийской тибетской религии этим словом в Тибете обозначают всякую черную магию» [15]. В романе «t» этот Урган Джамбон Тулку выступает в качестве спирита. Чапаев говорит, что «джамбон» напоминает одновременно «про стадо свиней и завтраки на Монмартре» [13, 339]. Родители Ургана Джамбона Тулку были скотопромышленниками. «Стадо свиней» вызывает ассоциацию с евангельскими бесами. Неслучайно снадобье, которое делает лама, называется «слезы Шукдена». Дордже Шукден —

тибетское божество-защитник, то ли темной, то ли светлой природы, вызывающее дискуссии в современном буддийском сообществе. Ингредиенты для снадобья, по словам Чапаева, Урган Джамбон Тулку покупает у голландских матросов. Указание на их национальное происхождение вызывает ассоциацию с наркотическими веществами. Наконец, фамилия «Берхин», по одной из версий, происходит от слова «Barch» — «боров» — и означает человека, который держал свиней. Таким образом, Пелевин вступает в заочный диалог с автором статьи, иронически развивая его идеи и, возможно, через систему ассоциаций отчасти иронизируя над ним самим.

Василий Чапаев из «Чапаева и Пустоты» в романе «t» учится на кавалериста и так же, как и Урган Джамбон Тулку, он знаком с Соловьевым. В каком-то смысле они оба, как и граф Т. [16, 117], — его ученики. В финале книги граф Т. снова вспомнит про палец, который когда-то хотел отрубить. Лошадь, вероятно, напоминающую о «Холстомере», с которой он разговаривает и которая убеждает его совершить задуманное, он посылает к Чапаеву: «Может, его уговоришь насчет пальца» [13, 409]. Пелевин здесь обосновывает появление образа «пальца будды», или «глиняного пулемета», в «Чапаеве и Пустоте», который превращал реальность в пустоту, то есть открывал истинную природу реальности: «...то, что он назвал «реальностью», обязательно пустит где-нибудь ростки. Вот пусть Чапаев с ними и разбирается» [13, 409]. Кстати, в эссе А. Л. Иванченко «Освобождение Толстого» финальные главы, предваренные словами Будды об иллюзии реальности, посвящены сравнению Толстого и Холстомера. Холстомер, как и Толстой, у Иванченко спокойно идет на смерть, не оглядываясь на мир и исполнив «Божественный закон» [17, 360].

Помимо «Холстомера», Пелевин деконструирует в «t» и другие сюжеты и образы прозы Л. Н. Толстого. Так, граф Т, подобно отцу Сергию из одноименной повести, собирается отрубить себе вышеупомянутый палец, а позже Аксинья интерпретирует это в контексте известной дзэнской притчи об учителе, который лишил самонадеянного ученика пальца, тот же, увидев автоматизм своих действий, обрел просветление [18, 186–187]. При этом писатель одновременно высмеивает поверхностный критический взгляд на буддизм, когда это «просветление» характеризуется как «люциферическое духовное наслаждение» [13, 307].

Медитация графа Т. на собрании соловьевцев отдаленно напоминает «арзамасский ужас» Л. Н. Толстого: «...он вгляделся в мерцающую черноту перед глазами. В ней вспыхивали призрачные огни; косо поплыл вниз отпечатанный на сетчатке прямоугольник окна» [13, 321]. Ср. в «Записках сумасшедшего»: «Как, я помню, мучительно мне было, что комната эта была именно квадратная. Окно было одно, с гардинкой красной <...> Когда я очнулся, никого в комнате не было и было темно» [19, 153]. Шаматха

на произвольном объекте, которую выполняет граф Т, истолковывает эпизод, случившийся с реальным Толстым, как медитацию, которая открыла ему его внутренние сомнения.

Урган Джамбон Тулку, вспоминая о разговорах с Соловьевым, рассказывает о секте чань-буддизма Линьцзи и ее учителе, что в парадоксальных, намеренно вульгаризированных образах описывал будду как «что-то вроде дыры в отхожем месте» [20, 148]. Сам Линьцзи Исюань помещает этот образ в главу, посвященную идее о незавершенности Учения, и не поясняет его. Пелевин в «t» предлагает понимать линьцзи-исюаневскую «дыру» как удачный образ пустотности, не имеющей своей собственной природы. Интересно, что в книге В. С. Соловьева «Три разговора о войне, прогрессе и конце всемирной истории» (1900) упоминается о религии т.н. вертидырников, или дырмоляев, что молились на дыру в избе. Философ не называет имя Толстого. Но оно восстанавливается из контекста: «Хотя «интеллигентные» дырмоляи и называют себя не дырмоляями, а христианами и проповедь свою называют евангелием, но христианство без Христа — и евангелие, то есть благая весть, без того блага, о котором стоило бы возвещать, именно без действительного воскресения в полноту блаженной жизни, — есть такое же пустое место, как и обыкновенная дыра, просверленная в крестьянской избе» [21, 9]. Далее В. С. Соловьев, также прямо не называя, сравнивает это «интеллигентское» толстовство с буддизмом [22, 19–20], чей высший идеал видится ему отрицательным. Таким образом, получается, что Соловьев из романа «t» вступает в заочную дискуссию с реальным В. С. Соловьевым, предлагая положительное истолкование «отрицательного» идеала буддизма, в отличие от своего прототипа (см. книгу «Оправдание добра» (1899)).

Одна из последовательниц пелевинского Соловьева, фактически являющегося буддистом, вспоминает его слова о В. В. Набокове (который «не то Филин, не то Алконост» [13, 324]): в одном из набоковских произведений умерший сравнивается с узлом на струне, который в момент смерти вместе со всем миром распутывается, и это говорит в том числе о том, что никакого узла на самом деле нет. А. В. Леденев в статье о стилевых традициях Набокова в современной русской литературе указывает, что Пелевин имеет в виду роман «Истинная жизнь Себастьяна Найта» и что «в современной прозе отсылку к набоковской традиции» «чаще всего маркируют» «образы ажурного узла или парчового узора», которые характеризуют «одновременно и прихотливые повороты человеческой судьбы, и формальные особенности «плетения словес»» [23, 73]. Однако в данном случае речь идет о не «прихотливых поворотах судьбы», а об откровении об истинной жизни человека, которая обретается за пределами привычных нам физических и психических пред-

ставлений: «...распутано было бы всё — всё, что он мог представить в наших детских терминах «пространство и время», которые оба — загадки <...>. Теперь он уловил нечто подлинное, ничего не имевшее общего с какими бы то ни было мыслями, ощущениями, опытом — со всем, чем он обладал в детском саду жизни...» [24, 234].

Итак, между романами Виктора Пелевина «Чапаев и Пустота» и «t» существуют множественные межтекстовые связи. Центральной фигурой, вокруг которой отстраивается роман «t», является Лев Толстой, точнее, масскультная проекция мифа о нем как о писателе и духовном искателе — граф Т. Таким образом, эпизодическое появление Толстого в «Чапаеве и Пустоте» становится в «t» ядром большого романного сюжета.

Кстати, одно из возможных истолкований эпизода пересечения графом Т. Стикса, равно как и всего романа «t», — это идея о том, что тот умер и оказался в бардо — в промежуточном состоянии умирания [25, 116]. Причем он сам ясно это осознает: «...вас убили у лодочной станции?» [13, 224] Ариэль, объясняя графу Т. что есть смерть, говорит следующее: после смерти «сохраняется остаточное мерцание, мысленный туман. Некая инерция индивидуального существования» [13, 157]. Это время, когда «личная вселенная», «ум может устремиться куда угодно» [13, 158]. Таким образом, в «бардо», на «кладбище музейного кладбища» [13, 410], граф Т. встречается с трансформированными концептами своих духовных исканий и литературными порождениями [5, 138]. Ср. с Коренными строфами шести Промежутков Тибетской книги мертвых: «Теперь, когда настала для меня сама Реальность Промежутка, / избавлюсь от призраков, рожденных бессознательным ужасом, / узнаю все предметы как порождения моего собственного ума / и приму их как примеры восприятия в промежутке. / Подойдя к этому моменту, приблизившись к последнему рубежу, / да не утрачу своих собственных видений мирных и гневных божеств!» [26, 169]. Пересечение последнего рубежа, или «последней заставы» [13, 408], в финале романа символизирует полное и окончательное освобождение графа Т. от мира омрачений.

В центре внимания Пелевина оказываются буддийские мотивы жизни и творчества Толстого. В «t» в буддийском ключе деконструируются сюжеты и образы толстовской прозы, его связи с русской религиозной философией. Граф Т. выступает в книге в качестве интегральной фигуры, которая сводит на себя все смыслы, проговариваемые другими буддийски мотивированными персонажами «Чапаева и Пустоты», оказавшимися в «t».

Пелевин, подобно И. А. Бунину и А. Л. Иванченко, видит во Льве Толстом буддийского искателя, отправляющегося навстречу Абсолюту. При этом попутно писатель обозначает в книге различные воз-

можные заочные диалоги, связанные с буддийской тематикой, — между героем и его прототипом (граф Т. и Толстой, Соловьев и В. С. Соловьев), между писателем и критиком (В. О. Пелевин и И. Берхин), между толстовством и буддизмом, наконец, между буддизмом и буддизмом (одна из составляющих «t» — сатира, направленная на примеры современного профанного и коммерциализированного буддизма).

ЛИТЕРАТУРА

1. Гречин Б. С. Апология русского буддизма / Б. С. Гречин. — Ярославль: Местная буддийская религиозная организация «Буддийская община “Сангье Чхо Линг”», 2016. — 64 с.
2. Серебряный С. Д. Лев Толстой и буддизм / С. Д. Серебряный // Вестник БГУ. Гуманитарные исследования Внутренней Азии. 2016. № 3. — С. 10–24.
3. Уланов М. С. Буддизм в социокультурном пространстве России (социально-философский анализ): автореферат дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11 / Уланов Мерген Санджиевич. Ростов-на-Дону, 2010. — 54 с.
4. Дубаков Л. В. Два «Освобождения Толстого»: И. А. Бунин и А. Л. Иванченко о смерти и творчестве / Л. В. Дубаков // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2023. Т. 82. — № 2. — С. 86–91.
5. Симкина В. С. Деконструкция мифа о духовном пути Л. Толстого в прозе В. Пелевина / В. С. Симкина // Эпическая традиция в русской литературе XX–XXI веков: материалы XXIII Шешуковских чтений, Москва, 01–02 февраля 2018 года. М.: Московский педагогический государственный университет, 2019. — С. 138–144.
6. Топоров В. Н. Петербург и «Петербургский текст русской литературы» // Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического: Избранное. М.: Издательская группа «Прогресс» — «Культура», 1995. — С. 259–367.
7. Бекметов Р. Ф. Русская литература 1830–60-х годов в зеркале восточных (буддийских и даосских) традиций: дис. ... д-ра филол. наук / Р. Ф. Бекметов. — Казань, 2019. — 411 с.
8. Соловьев А. Д. Трансцендентальный мотив. Случай Л. Н. Толстого, И. А. Бунина, В. О. Пелевина / А. Д. Соловьев // Аммосов-2021: Сборник материалов научно-практической конференции студентов СВФУ, Якутск, 12 апреля 2021 года. Якутск: Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова, 2021. — С. 517–519.
9. Правила жизни Виктора Пелевина. Интервью с В. Пелевиным от 22.11.2021. — Режим доступа: <https://www.pravilamag.ru/hero/70-pelevin/> (дата обращения: 02.07.2023 г.).
10. Толстой Л. Н. Дневники и записные книжки (1909) / Л. Н. Толстой. — Репринтное издание. М.: Nobel Press, 2010. — 454 с.
11. Толстой Л. Н. Сон / Л. Н. Толстой. — Режим доступа: <http://tolstoy-lit.ru/tolstoy/chernoviki/son.htm> (дата обращения: 02.07.2023 г.).
12. Пелевин В. О. Чапаев и Пустота / В. О. Пелевин. — М.: Вагриус, 2003. — 415 с.

13. Пелевин В. О. t: роман / Виктор Пелевин. — СПб.: Азбука; Азбука-Аттикус, 2020. — 416 с.
14. Пелевин В. О. Generation «П» / В. О. Пелевин. — М.: Вагриус, 2000. — 368 с.
15. Берхин И. Прогулки с Котовским, или Из мениппеи снов не выкинешь / И. Берхин. — Режим доступа: <http://pelevin.nov.ru/stati/o-cotovskiy/1.html> (дата обращения: 02.07.2023 г.).
16. Ланин Б. А. Новая старая литературократия: Соколин и Пелевин в борьбе с традициями / Б. А. Ланин // Ценности и смыслы. — 2015. — № 6(40). — С. 110–123.
17. Иванченко А. Л. Освобождение Толстого: буддийские мотивы в жизни и творчестве Л. Н. Толстого А. Л. Иванченко // Международные яснополянские писательские встречи, 2003–2005. — Тула: Ясная Поляна, 2007. — С. 331–360.
18. Маслов А. А. Чань отрубленного пальца // Лучшие притчи дзэн: обычные истории о людях необычайных / А. А. Маслов, Е. С. Логинова. — Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2009. — 342, [10] с. — С. 186–187.
19. Толстой Л. Н. Дьявол / Л. Н. Толстой. — М.: АСТ, 2022. — 352 с.
20. Линь-ци лу. Вступ. ст., пер. с кит., коммент. и граммат. очерк И. С. Гуревич. СПб.: Петербургское востоковедение, 2001. — 272 с.
21. Соловьев В. С. Три разговора о войне, прогрессе и конце всемирной истории. Три свидания / В. С. Соловьев. М.: — Карамзин, 2018. — 186 с.
22. Бернюкевич Т. В. Буддизм в российской философской культуре. «Чужое» и «свое» / Т. В. Бернюкевич. — М.: Книжный дом «Либроком», 2009. — 160 с.
23. Леденев А. В. «Узор плел прозу»: стилевые традиции В. Набокова в современной русской литературе / А. В. Леденев // Русская и белорусская литературы на рубеже XX–XXI вв.: сборник научных статей. В 2 ч. Ч. 1 / под ред. С. Я. Гончаровой-Грабовской. — Минск: РИВШ, 2010. — С. 73–78.
24. Набоков В. В. Истинная жизнь Себастьяна Найта / В. В. Набоков; пер. Г. А. Барабтарло. — М.: Corpus, 2023. — 320 с.
25. Неаполитанский С. М. Энциклопедия буддизма / С. М. Неаполитанский, С. А. Матвеев. — СПб.: Институт метафизики, 2007. — 928 с.
26. Турман Р. Тибетская книга мертвых / Роберт Турман; пер. с англ. О. Альбедилы. — М.: Открытый Мир, 2005. — 352 с.

Университета МГУ-ППИ в Шэньчжэне, Шэньчжэнь, Китай

Дубаков Л. В., кандидат филологических наук, доцент филологического факультета

E-mail: dubakov_leonid@mail.ru

Shenzhen MSU-BIT University, Shenzhen, PRC

Dubakov L. V., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Faculty of Philology of the Shenzhen MSU-BIT University, Shenzhen, PRC

E-mail: dubakov_leonid@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СМИРЕНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Т. В. Ильина, Е. В. Сидорова, О. А. Швецова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 19 сентября 2023 г.

Аннотация: статья посвящена анализу языковых средств выражения смирения с происходящим в русском языке. Смирение — одна из важнейших для понимания русского национального сознания нравственная категория. Идею смирения в русском языке отражают такие языковые единицы, как частица **авось**, предикатив **ничего!** и союз-частица **пусть/пускай**. В работе даны их семантический, синтаксический и фоносемантический анализы. Приводится обобщенная характеристика по данным Национального корпуса русского языка.

Ключевые слова: языковое сознание, нравственная категория, смирение, национальный характер, частица **авось**, предикатив **ничего!**, союз-частица **пусть/пускай**.

Abstract: the article is devoted to the analysis of linguistic means of expressing humility with what is happening in the Russian language. Humility is one of the most important moral categories for understanding the Russian national consciousness. The idea of humility in the Russian language is reflected by such linguistic units as the particle **maybe**, predicative of **nothing!** and the union is a particle **let**. The paper presents their semantic, syntactic and phonosemantic analysis. A generalized characteristic is given according to the data of the National Corpus of the Russian language.

Keywords: linguistic consciousness, moral category, humility, national character, particle maybe, predicative nothing!, union-particle let.

Одной из важных и значимых для понимания русского национального сознания нравственных категорий является категория **смирения**, которая, согласно «Словарю русской ментальности», определяется как состояние мира, согласия и покорности, добровольное по отношению к окружающим и вынужденное перед силой. Оно «вызвано осознанием меры собственных достоинств и недостатков и поэтому предполагает отсутствие какой-либо реакции на возможную несправедливость к себе или другим людям (кротость, беззлобность). Понимание неизбежного несовершенства мира и людей приводит к стойкому и ровному отношению к миру (терпимость) и отказу от любого осуждения человека (прощение), что почитается одной из высших добродетелей зрелой личности, приносящей плод в обоих мирах (“возносясь, смиришься, а смиряясь, вознесешься”), потому “смирение — Богу угожденье, уму просвещенье, душе спасенье, дому благословенье и людям утешенье”» [10, 272].

Согласно данным этимологического анализа, значение слова **смирение** происходит от глагола *смирить*, из др.-русс. *съмърити* «умерить, смягчить, подавить», из *мъра* «мера», далее из праслав. **mĕra*, от которого в числе прочего произошли др.-русс., ст.-слав. *мъра* (др.-греч. μέτρον), русск. *мера*; восходит к праиндоевропейскому «мерить» [1].

Идею смирения в русском языке как нельзя более ярко отражают такие языковые единицы, как

частица **авось**, предикатив **ничего!** и союз-частица **пусть/пускай**.

Мы решили проверить, какой эмоциональный фон возникает на подсознательном уровне у человека при произнесении этих слов. Нами был проведен фоносемантический анализ данных лексем, который обнаружил их следующие выраженные признаки: **авось** — *хороший, большой, светлый, простой, красивый, гладкий, легкий, величественный, округлый, громкий, могучий; ничего!* — *хороший, большой, нежный, светлый, простой, сильный, красивый, гладкий, легкий, безопасный, величественный, яркий, радостный, громкий, добрый; пусть* — *мужественный, темный, слабый, грустный, страшный, низменный, тусклый, печальный, тихий, пускай* — *мужественный, быстрый, тусклый, тихий, короткий* [5].

Как видим, все рассматриваемые лексеммы в основном обладают положительными коннотациями, которые на подсознательном уровне имеют положительные смыслы.

Теперь рассмотрим значение и контексты употребления каждой из исследуемых единиц в отдельности.

В «Словаре русской ментальности» **авось** определяется следующим образом: «осуждаемая со стороны (извне), но субъективно оптимистическая оценка предполагаемых действий, связанная с безрассудной надеждой на естественный, при этом сиюминутно благоприятный ход событий». Авторы Словаря отмечают, что **авось** «восходит к древнему выражению

а вь съ (“а вот, сейчас” — “а вдруг!”) и показывает полную погруженность в настоящее, без должной опоры на прошлый опыт (который намеренно отчуждается) и без взвешенного осмысления будущего (поскольку снимаются запреты на разумные ограничения). Имея упование, подкрепленное лишь надеждой без видимых и вероятных оснований, человек поступает, доверяясь судьбе (*кривая вывезет*) или Богу (*Бог даст*), в своем поведении не опирается на себя самого. *Авось* характеризует конкретную деятельность, выполненную без должного продумывания последовательности в ее исполнении, следовательно — плохую, некачественную, недобросовестную, “без души”. *Авось* выступает как последняя спасительная возможность благоприятного исполнения задуманного, когда человек пренебрегает подстерегающими его опасностями, становясь беспечным или отважным до безрассудства. Это не самоубийственный акт отчаяния, но решимость действовать при отсутствии поддержки, информации и даже расчета на успех» [9, 19–20].

Как видим, в русском *авось* присутствует большая степень безрассудства, но в то же время доверие Богу и судьбе. *Авось* всегда требует личной решимости и отваги.

А. Вежбицка отмечает следующее: «Русская частица *авось* подводит краткий итог теме, пронизывающей насквозь русский язык и русскую культуру, — теме судьбы, неконтролируемости событий, существованию в непознаваемом и неконтролируемом рациональным сознанием мире. Если у нас всё хорошо, то это лишь потому, что нам просто повезло, а вовсе не потому, что мы овладели какими-то знаниями или умениями и подчинили себе окружающий нас мир. Жизнь непредсказуема и неуправляема, и не нужно чересчур полагаться на силы разума, логики или свои рациональные действия... *Авось* очень точно отражает ряд особенностей русской культуры и русского национального характера...; слово передает отношение, трактующее жизнь как вещь непредсказуемую: нет смысла строить какие-то планы и пытаться их осуществить; невозможно рационально организовать свою жизнь, поскольку жизнь нами не контролируется; самое лучшее, что остается делать, это положиться на удачу. Безрассудство, погруженность в настоящее, отсутствие опоры на прошлое и связи с будущим. Доверие удаче, судьбе или Богу, когда рациональному уже нет места» [9, 19–20].

В. И. Даль также отмечает, что в *авось* выражается значение желания или надежды, и приводит следующие характерные контексты употребления: *Авось Бог поможет; Авось — вся надежда наша. Авось, небось, да третий как-нибудь. Ждем, пождем, авось и мы свое найдем. Авось не унывает* [8].

Но, с другой стороны, в паре *авось-небось* им подчеркивается значение слепой самонадеянности на благополучный исход предприятия: *От авось добра не жди; Авось — плут, обманет; Авось в лес уйдет;*

Авось до добра не доведет; Авось не вовсе верь; Держался авоська за небоську, да оба упали; Авось с небосем водились, да оба в яму ввалились [8].

Предикатив *Ничего!* выражает оценку всех степеней модальности в отношении к действительности: от *сносно* и *так себе* через *все равно* до *ничуть, нисколько*. По мнению составителей «Словаря русской ментальности», здесь дается «типично русская оценка личного состояния в крайних обстоятельствах, когда еще можно терпеть (“ничего не скажешь”, “ничего не выйдет”). В русской ментальности “ничего!” — апофатическая форма утверждения порядка его отрицанием (*ништо, ниче*)» [9, 518].

В. З. Санников так описывает значение этого слова в его предикативном употреблении: «Нечто нежелательное произошло потому, что нам не повезло. Не нужно огорчаться. Не нужно предпринимать особых усилий: жизнь непредсказуема, в будущем нам может повезти». Ученый называет этот смысл не пессимистическим, а скорее беспечно-оптимистическим, и подтверждает его следующими типичными контекстами: *Ничего! Прорвемся!; Ничего! Бог не выдаст, свинья не съест!; Ничего! Перемелется, мука будет!* [14, 446].

Как видим, в этом предикативе выражается идея принятия божественной воли.

Семантически близка предикативу *Ничего!* другая семантическая единица — подчинительный союз *пусть/пускай*, «который, подобно выражению *Ничего!* и знаменитому русскому *авось*, ярко выявляет особенности русского национального характера, точнее — русского языкового сознания. Частица и в еще большей степени союз скорее оптимистичны» [14, 446].

Лингвистический статус скрепы *пусть/пускай* точно не определен. Одни ученые видят в ней союз [5, 282], [13, 275], [18, 146], [7, 105], другие — модальную частицу [17, 278], третьи — союз-частицу [6, 720], [2, 444], четвертые — слово, промежуточное между союзами и модальными словами [19, 116]. Однако никаких препятствий для истолкования слова *пусть* как союза, на наш взгляд, нет.

«Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [11] характеризуют союз *пускай* как разговорный вариант союза *пусть*. Но, по справедливому замечанию И.А. Василенко, «нельзя согласиться с тем, что *пускай* в отличие от *пусть* имеет разговорный оттенок. Оба эти союза встречаются в эмоционально насыщенной речи...» [4, 63]. Поэтому в дальнейшем эти два слова мы будем считать равноправными вариантами одного и того же союза.

Сфера употребления союза *пусть/пускай* достаточно определена: он используется в уступительной придаточной части «тогда, когда в главной части выражается твердая уверенность в необходимости того, о чем в ней сообщается, дается настоятельный совет, выражается непреклонное намерение совер-

шить действие. Эта особая решимость, непреклонность придают предложению повышенную эмоциональность» [16, 579]. Союз **пусть/пускай** вносит в такие предложения дополнительную экспрессию: «в главной части выражается намерение непременно осуществить задуманное наперекор трудностям, названным в придаточной части» [18, 146], а сама придаточная часть получает значение «условия допускаемого, но не устраняющего, не препятствующего осуществлению того, что обозначено в главной части» [17, 278]. Но чем весомее причина, тем больше намерение осуществить задуманное вопреки всем трудностям, названным в придаточном предложении. Таким образом, союз **пусть/пускай** вносит в предложение дополнительную экспрессию. Если вместо него употребить союз **хотя/хоть**, то экспрессия неперемогания осуществления действия во что бы то ни стало будет снята [18, 146]: *Пускай наступили холода, я все-таки буду заниматься спортом на улице. – Хотя наступили холода, я все-таки буду заниматься спортом на улице.*

Л. А. Булаховский и В. З. Санников выводит происхождение этого союза из форм повелительного наклонения глаголов *пустить, пускать* [3, 349], [13, 447], а И. А. Василенко и Р. Гусман Тирадо – из побудительной частицы [4, 63], [7, 105]. Этот союз является характерной принадлежностью живой разговорной речи.

В. З. Санников склонен считать **пусть** и **пускай** полными синонимами (или вариантами одного союза) и видит их отличие друг от друга лишь в том, что **пусть** закрепилось как штамп в математических и некоторых других научных текстах [14, 447].

Частотность употребления союза-частицы **пусть/пускай** в системе средств выражения уступительности заметно снижена. В XIX веке она составляла 3,6%, а к 80-м годам XIX века сократилась до 1%. «Скорее всего это свидетельствует о том, что разговорная речь (по крайней мере, кодифицированная) его постепенно утрачивает, и если, тем не менее, мы встречаем его в языке художественной литературы последних 50-60 лет, то лишь в силу естественного стремления этого языка к стилизации диалектов и просторечия» [7, 105].

В. З. Санников, анализируя контексты употребления союза-частицы **пусть/пускай**, выделяет в нем семантику допущения. В одних контекстах принятие чего-либо может употребляться для выражения примирения с чем-либо, смирения: *Пускай заманит и обманет, – Не пропадешь, не сгинешь ты И лишь забота затуманит Твои прекрасные черты* (А. Блок); в других – идея допущения имеет значение, прямо противоположное первому – побуждение, а то и повеление, угроза: *Пусть он гений-разгений, я ему покажу, как людей обижать* [14, 448].

Нам кажется, что в обоих контекстах мы также имеем дело со смысловым противоречием между

эксплицитно и имплицитно выраженными следствиями, вытекающими из одного условия. Сравните следующую трансформацию приведенных выше синтаксических структур: *Заманит, обманет, следовательно, пропадешь ты, сгинешь, но нет, не пропадешь, не сгинешь ты; Он гений-рагений, следовательно его нужно бояться, а я не боюсь и покажу ему, как людей обижать.* Такие контексты показывают внутреннюю силу. решимость, непреклонность при добровольном смирении.

Ученый выделяет еще одно значение союза-частицы **пусть/пускай**. Он пишет: «Смирение предполагает нежелательность описываемого – смиряются с чем-то нежелательным»: *Пусть мне удастся поступить в институт, (но) закончить его я все равно не смогу* [14, 450].

На наш взгляд, в этом контексте опять реализована идея допущения. Союз-частица **пусть/пускай** выступает в значении **даже если**, о чем сказано в Грамматике-70: «Союз-частица **пусть (пускай)** несет экспрессивно-модальное значение допущения нежелательного или признание реально существующего факта» [6, 720].

В контексте *Пусть враги нас порубят, побьют, Пусть обратно добычу отымут, Но певцы о нас славу споют, Ибо мертвые сраму не имут* (В. Брюсов), по мнению В. З. Санникова, содержится призыв к борьбе и стремление оправдать даже худший возможный исход этой борьбы. В этом он также видит «беспечность, даже бесшабашность, пренебрежение опасностью, желание оправдать эту беспечность доводами, зачастую неубедительными, достаточно надуманными. Событие, указание на которое вводится союзом **пускай/пусть** (даже гибель), объявляется не имеющим большого значения в описываемой ситуации» [14, 450–451].

По нашему мнению, здесь реализована идея решимости (когда допускается даже самая худшая ситуация), отваги, невзирая на смерть, на что также указывает противоречие двух следствий, вытекающих из одного условия.

По данным Национального корпуса русского языка употребление частицы **авось**, предикатива **ничего!** и союза-частицы **пускай** обнаруживает низкую частотность, а союза-частицы **пусть** – среднюю [11].

Приведем таблицу статистики текстов, в которых данные лексемы употребляются. См. табл. 1

Из этой таблицы мы видим, что рассматриваемые нами лексемы употребляются преимущественно авторами мужского пола в основном в художественной и публицистической сфере, затрагивающей по большей мере следующую тематику: «Искусство и культура», «Политика и общественная жизнь», «Частная жизнь». Частица **авось** и предикатив **ничего!** употребляются преимущественно в художественных текстах, а союз-частица **пусть/пускай** – в нехудожественных.

Таблица 1

Метаатрибут	Авось	Ничего!	Пусть	Пускай
Вид текста	художественные – 64,49% нехудожественные – 33,51%	художественные – 78,40% нехудожественные – 21,60%	нехудожественные – 61,41% художественные – 38,65%	нехудожественные – 52,59% художественные – 47,41%
Пол автора	мужской – 91, 39% женский – 8, 61%	мужской – 83, 58% женский – 16, 42%	мужской – 80, 82% женский – 19, 18%	мужской – 86, 67% женский – 13, 33%
Сфера функционирования	художественная – 64,47% публицистика – 15,87% бытовая – 15,53%	художественная – 78,40% публицистика – 16,03%	публицистика – 44,93% художественная – 38,52% учебно-научная – 7,72%	художественная – 47,41% публицистика – 40,74% учебно-научная – 5,19%
Тематика текста	частная жизнь – 28,93% искусство и культура – 15,59% политика и общественная жизнь – 13,77% история – 6,61% администрация и управление – 4,57% армия и вооруженные конфликты – 4,24% религия – 3,47% наука и технология – 2,81% образование – 2,59% философия – 6,78% путешествия – 2,42% прочее – 14,99%	искусство и культура – 31,67% частная жизнь – 30,00% политика и общественная жизнь – 11,67% спорт – 6,67% досуг, зрелища и развлечения – 5% образование – 3,33% криминал – 3,33% техника – 1,67% право – 1,67% природа – 1,67% прочее – 3,33%	политика и общественная жизнь – 16,25% искусство и культура – 14,83% частная жизнь – 11,51% наука и технология – 10,32% история – 6,28% религия – 10, 28% философия – 3,12% бизнес, коммерция, экономика, финансы – 2,94% администрация и управление – 2,41% путешествие – 2,35% прочее – 26,79%	искусство и культура – 21,51% политика и общественная жизнь – 19,19% частная жизнь – 12,21% наука и технология – 6,40% религия – 6,40% философия – 5,81% история – 4,65% бизнес, коммерция, экономика, финансы – 3,49% администрация и управление – 3,49% досуг, зрелища и развлечения – 2,91% прочее – 13,95%
Стиль	нейтральный – 91,00%	нейтральный – 81,57% сниженный – 8,87% индивидуально-авторский – 7,51%	нейтральный – 95,40%	нейтральный – 96,30%

Таким образом, проведенное нами исследование показало, что смирение является одной из важнейших для понимания русского национального сознания нравственных категорий. Идею смирения в русском языке отражают такие языковые единицы, как частица *авось*, предикатив *ничего!* и союз-частица *пусть/пускай*. Все эти единицы выражают разную степень модальности в отношении к действительности и имеют значение оптимизма, упования и надежды на благополучный исход событий, доверие судьбе, Богу, что на внешнем уровне может выглядеть как пренебрежение опасностью, но на самом деле обнаруживает внутреннюю силу, решимость и непреклонность при добровольном смирении. Такое понимание смирения как нельзя лучше соответствует и этимологическому значению слова (это позволяет говорить о смирении как о знании своей меры), и современной внутренней форме, указывающей на то, что смиренный человек всегда пребывает в мире с Богом, самим собой и другими людьми.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азбука веры.— Режим доступа: <https://azbyka.ru/smirenie>, свободный.
2. Бабайцева В. В. / В. В. Бабайцева, Г. Г. Инфантова, Н. А. Николина И. А.— Современный русский язык: В 3 ч.— Ростов на Дону: ФЕНИКС, 1997.— Ч. III.— 608 с.
3. Булаховский Л. А. Курс русского литературного языка / Л. А. Булаховский: В 2 т.— Киев: Учпедгиз, 1952–1953.— Т. I–II: Синтаксис.— 437 с.
4. Василенко И. А. Сложные предложения с соподчинением в современном русском языке / И. А. Василенко // Уч. зап. МГПИ им. В. А. Потемкина.— 1956.— Т. LI. Вып. 5.— С. 61–65.
5. Гвоздев А. Н. Современный русский литературный язык / А. Н. Гвоздев: В 2 ч.— М: Просвещение.— 1968.— Ч. 2. Синтаксис.— 350 с.
6. Грамматика современного русского литературного языка.— М.: Наука, 1970.— 767 с.
7. Гусман Тирадо Р. Генеративные сложноподчиненные предложения в русском языке / Р. Гусман Тирадо.— Воронеж, 1998.— 135 с.

8. Даль В. И. Словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. — Режим доступа: <https://slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068&di=vdal&wi=193678>, свободный.
9. Колесов В. В. Словарь русской ментальности / В. В. Колесов, Д. В. Колесова, А. А. Харитонов. — В 2 т. — Т. 1. А-О. — С.-Петербург. — Златоуст, 2014. — 592 с.
10. Колесов В. В. Словарь русской ментальности / В. В. Колесов, Д. В. Колесова, А. А. Харитонов. — В 2 т. — Т. 2. П-Я. — С.-Петербург. — Златоуст, 2014. — 592 с.
11. Национальный корпус русского языка. — Режим доступа: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки. <https://ruscorpora.ru/>, свободный.
12. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — М.: АЗЪ, 1993.
13. Руднев А. Г. Синтаксис современного русского языка / А. Г. Руднев. — М.: Высшая школа, 1968. — 320 с.
14. Санников В. З. Русский синтаксис в семантико-прагматическом пространстве / В. З. Санников. — М.: Языки славянских культур, 2008. — 624 с.
15. Сервер фоносемантического анализа слов. — Режим доступа: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки. psi-technology.net/servisfonosemantika.php, свободный.
16. Современный русский язык / Под ред. Д. Э. Розенталя. — М.: Изд-во МГУ, 1971. — 636 с.
17. Скосырева Н. И. Уступительные предложения в произведениях И. А. Крылова / Н. И. Скосырева // Уч. зап. Томского гос. пед. инс. — Томск, 1956. — Т.XV. — С. 275–296.
18. Формановская Н. И. Сложное предложение в современном русском языке. Теория и упражнения / Н. И. Формановская. — М.: Русский язык, 1989. — 193 с.
19. Щеулин В. В. Причинные, следственные и уступительные сложноподчиненные предложения в произведениях В. Г. Белинского, Н. Г. Чернышевского и Н. А. Добролюбова / В. В. Щеулин: дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 1955. — 424 с.

*Воронежский государственный университет
Илина Т. В., кандидат филологических наук, доцент
кафедры русского языка
E-mail: ilina@phil.vsu.ru*

*Сидорова Е. В., кандидат филологических наук, доцент
кафедры русского языка
E-mail: sidorova@phil.vsu.ru*

*Швецова О. А., кандидат филологических наук, доцент
кафедры русского языка
E-mail: shvetsova@phil.vsu.ru*

*Voronezh State University
Ilina T. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the
Department of the Russian Language
E-mail: ilina@phil.vsu.ru*

*Sidorova E. V., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Department of the Russian Language
E-mail: sidorova@phil.vsu.ru*

*Shvetsova O. A., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Department of the Russian Language
E-mail: shvetsova@phil.vsu.ru*

АНТИНОМИЗМ И ПАРАДОКСЫ ДИСТОПИИ

А. Г. Коваленко, Ху Цзяжуй

Российский университет дружбы народов имени П. Лумумбы

Поступила в редакцию 12 июня 2023 г.

Аннотация: в предлагаемой статье делается попытка раскрыть жанровую природу романа-дистопии В. Сорокина «Теллурия». Автор опирается на наблюдения исследователей феномена утопии и антиутопии и подтверждает вывод об антиномическом единстве утопизма и антиутопизма как мировоззренческих векторов, реализованных в каждом конкретном произведении. Предлагается трактовка понятия дистопии как феномена реализации такого двуединства. На основании указанной теоретической установки в статье предлагается анализ романа В. Сорокина «Теллурия». Рассмотрены различные точки зрения на это произведение, на его жанровую специфику.

Ключевые слова: жанр, модель, мировоззрение, утопия, дистопия, эстетизм.

Abstract: this article makes attempt to reveal the genre nature of V. Sorokin's dystopian novel *Telluria*. the author relies on the observations of researchers of the phenomenon of utopia and dystopia and confirms the conclusion about the antinomic unity of utopianism and anti-utopianism as ideological vectors realized in each specific work. The interpretation of the concept of dystopia as a phenomenon of the implementation of such dual unity is proposed. Based on the specified theoretical setting, the article offers an analysis of V. Sorokin's novel *Telluria*. Various points of view on this work and its genre specificity are considered.

Keywords: genre, model, worldview, utopia, dystopia, aestheticism.

1. ВВЕДЕНИЕ

Существует, по крайней мере две противоположные точки зрения на жанровую природу таких явлений, как утопия и антиутопия. Согласно первой, «жанр» утопии и «жанр» антиутопии представляют собой два различных и противоположных друг другу феномена, каждый из которых имеет свою «биографию» и литературные паттерны. Но это в теории. На практике, и с ней связана другая позиция, ни утопия, ни антиутопия жанрами не являются, так как мы не найдем ни одного примера произведения, которое бы иллюстрировало такой «жанр» в чистом виде. Нет «жанра антиутопии», но есть жанр «романа-антиутопии». Поэтому те исследователи, внимание которых сосредоточено на творчестве конкретных авторов, говорят о «метажанровом образовании», или метажанровом синтезе, имеющем мировоззренческую природу. Именно в таком смысле трактует утопию Н. Ковтун [1, 2005]. Поэтому правильнее говорить о наличии *утопизма* или *антиутопизма* как *мировоззренческих векторов* в творчестве того или иного автора и его конкретном воплощении в художественном тексте. Далее, можно предположить, что названные два феномена на практике не обходятся друг без друга. Об «амбивалентности» этих феноменов говорит Т. Бахтина [2, 13]. На феномен смещения различных жанров в антиутопии конца XX в. и появление «*постутопии*» указывает А. Воробьева [3, 9]. О «трансформации» утопии в антиутопию в XX веке

свидетельствуют наблюдения Н. Б. Якушевой [4]. Отсутствие «непримиримой оппозиции» между двумя феноменами подтверждается О. Демидовой [5, 8]. Таким образом, в каждом конкретном тексте они сосуществуют как антиномическое единство. Для примера, даже «канонические» тексты антиутопий, такие как роман Е. Замятина, при внимательном рассмотрении содержат эти два мысленных вектора в их нерасчлененном единстве. В данной работе мы пользуемся термином дистопия как наиболее подходящим для характеристики такого единства.

Вопрос лишь в том, какова художественная картина, созданная писателем, и каковы «пропорции» и характер взаимодействия этих векторов, к каким идейным результатам это приводит.

В настоящей статье предлагается анализ сложного по структуре и нетрадиционного по своему воплощению постмодернистского романа В. Сорокина «Теллурия» (2013). Владимир Сорокин — один из самых противоречивых современных российских писателей, почти каждое его произведение вызывает огромный и неоднозначный резонанс в литературном мире. Содержание его работ абсурдно и причудливо, форма нова, а языковые ресурсы уникальны. Роман почти единодушно получил высокую оценку литературного мира, был удостоен двух авторитетных наград от российского литературного сообщества, признан «абсолютной вершиной» творчества В. Сорокина. Вместе с тем стоит отметить, что оценка романа в критике не была однозначной. Так, М. Кучерская указывает на то, что писатель повторяет са-

мого себя, использует давно отработанные клише. Критик обнаруживает недостатки сюжета, лишенного целостности и последовательности. Искусственное нанизывание разнородных текстов, которые являются лишь стилизациями многочисленных жанров, на «длинный теллутовый гвоздь» не придает ему достоинства. Попытки создать стилизации с использованием культурных кодов русской идентичности критик называет «бесмысленным сором» из «вывернутых наизнанку» культурных кодов и политических реалий, стилизованных под различные жанры. Критик отмечает в качестве доминантной особенности «разъединяющий» пафос произведения: «Мотив всеобщего распада, разъединенности подчеркивает и политическое устройство представленного в «Теллурии» мира... а в еще большей степени — структура романа» [6]. Но так ли однозначна подобная трактовка романа?

Дистопия В. Сорокина демонстрирует уникальный пример «антропологической дистопии», или «евтопии», в отличие от метажанровых моделей, где доминирующими были социальные и политические векторы. Материалом для данного исследования послужили тексты В. Сорокина, его интервью, статьи литературных критиков, опубликованные в журналах и интернет-ресурсах. Подробный и разносторонний анализ романа можно найти в изданном в 2018 г. сборнике «Это просто буквы на бумаге...» Владимир Сорокин: после литературы. Антология, 2018» [7]. В нем собраны статьи Б. Гройса, А. Гениса, М. Липовецкого, И. Калинина, М. Рыклина, Е. Добренко, других исследователей.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

2.1. ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ИЛИ СОЦИАЛЬНОЕ?

Отметим, прежде всего то важное обстоятельство, что дистопия В. Сорокина выполнена в русле логики его собственной эстетической концепции. Ее следует интерпретировать не только как очередной экспериментальный проект с языком, но с точки зрения социальной, исторической и гуманитарной проблематики. Каждый фрагмент романа представляет собой жанровую или стилевую игру, пародию на жанр или стиль. Эстетическое и социальное соединяются здесь в сюжете, каждый раз уникальном. Как отмечает критик А. Архангельский, «в этом романе настоящий и единственный герой — язык, точнее, разные языки: это новый Вавилон <... > Молитва, исполненная на пятидесяти разных языках. В тоске по различиям Сорокин возвращает «себе» даже язык соцреализма — перед лицом новой опасности, гораздо более страшной: перед угрозой *разъязыкования*. И вот ведь что важно: ничего с этим поделать нельзя. Спасет только катастрофа» [8]. Ирония критика понятна, но вряд ли справедлива. Катастрофа не спасет. Что касается языка, то при всем мастерстве стилизации он является не единственным «героем»,

в романе имеются и другие особенности, обсуждение которых не менее важно — аспекты мировоззренческие и социальные.

Мир, изображенный в романе, конечно, не имеет ничего общего с реалиями подлинной истории, это «чистая форма», однако же являющаяся следствием самой истории. Дистопия В. Сорокина является «детисцем» постсоветского культурного пространства, его производной, свидетельством новой жизни жанра, новых тенденций, связанных прежде всего с «чувством *ацеди*, потерянности и обреченности» [9], осмыслением реальности в контексте социальных, политических и экономических тенденций постсоветского времени.

Если раньше В. Сорокин был привержен концептуалистским опытам с языком, использовал в качестве приема «слома» повествования для изображения насилия и разнообразных «перверсий», то поздняя проза все чаще использует наполненную социальными смыслами символику, хотя, как минимум, спорную и неоднозначную. Как отмечает исследователь В. Сорокина, стали очевидными «серьезные изменения в его авторской манере: переход от верховенства формы к преобладанию содержания, смысла. Для Сорокина всегда была важна тема истории России, политика, но если в ранних его текстах эти идеи занимали скорее второстепенное положение и в основном деконструировались, то теперь писатель серьезно осмысливает прошлое, будущее и настоящее России» [10, 167].

С точки зрения художественной формы «Теллурия» точно не является традиционным романом, которые имеют полную сюжетную канву: начало, развитие, кульминация и финал, имеют героев, главных и второстепенных. Роман В. Сорокина не содержит одной «сквозной» истории, он включает в себя пятьдесят глав, в которых рассказываются внешне не связанные короткие истории. По сути, между ними нет никакой связи, и единственное звено, которое может соединить эти, казалось бы, не относящиеся к делу истории, — это теллутовый гвоздь. Почему «гвоздь» и почему «теллурий», в чем художественно-функциональная нагрузка образов?

Гвоздь из теллурия берет на себя роль сюжетобразующей детали романа и художественную функцию создания утопического контекста. Очевидно, что фольклорное происхождение этого образа уходит корнями в волшебную сказку, где водятся «волшебные помощники», помогающие человеку. Есть прецедент литературной сказки Е. Пермяка «Золотой гвоздь» [11], в сюжете которой гвоздь приносит всем счастье, правда, причина кроется не в «волшебном предмете», гвоздь — это условный «паллиатив», кузнецом счастья является сам человек.

Религиозным источником этого образа являются христианские тексты. В литературе гвозди, которыми Иисуса прибивали к кресту, впоследствии стали

символом мученичества, подобно другому символу — терновому венцу. Заметим, что иглы венца ассоциативно также связаны с гвоздями. Символика гвоздя имеет распространение в мифологии. Так, в словаре символов Д. Тессидера отмечается факт существования символа гвоздя в китайской и античной мифологии: «по китайской традиции, в здание часто забивают множество лишних гвоздей, чтобы защитить его от злых духов; в Древнем Риме в храме Юпитера существовала ежегодная церемония забивания гвоздя» [12, 147].

Разумеется, В. Сорокин использует это сюжетобразующий образ не для того, чтобы актуализировать миф о Христе. Но важно указать здесь на религиозную и мифологическую составляющую в семантике образа, его ассоциативную метафорическую подоплеку. Заметим, что «игра» с гвоздем похожа на подобную же игру с другим ритуальным образом — ледяным топором или молотком из романа «Лед». Характерно, что в обоих случаях их функции несут в себе смысл инициации, посвящения в избранные. В одном случае, это приобщение к братству Божественного Круга Света, в другом случае — приобщению к универсуму Счастья. Аналогия в использовании такого сюжетного «шаблона» очевидна. Она еще более подкрепляется характером использования ритуального инструмента, посвящение производится мощным механическим ударом (в грудь или голову), который осуществляют только «посвященные люди», специалисты. Такими специалистами в «Теллурии» являются «плотники», и этот факт вносит дополнительные коннотации в символику гвоздя. Плотником был отец Иисуса Иосиф. Сошлемся на более широкую интерпретацию этого образа в «Словаре сюжетов и символов» Дж. Холла: «В христианской традиции атрибутом плотника Иосифа, мужа Девы Марии и приемного отца Иисуса Христа, стали лия — символ целомудрия — и столярные инструменты. Плотники построили Ноев ковчег, который в раннем христианстве олицетворял концепцию Воскресения» [13, 150].

В реальности теллурий не обладает никакими особыми свойствами подобно золоту или серебру, однако в контексте повествования автор придает ему условную символическую ценность. Согласно роману, гвоздь из теллура вызывает в человеке позитивные ощущения, но они также с большой вероятностью могут привести к смерти.

Объединяющим части романа воедино является мотив «нового средневековья» [14], которое предположительно наступит в обозримом будущем. Следует отметить, что среди критиков нет единодушия в этом плане, имеет место определение сорокинского мира как «политического трактата о новом Ренессансе» [15]. Обе трактовки имеют каждый свою аргументацию и обоснование. Как бы то ни было, в мире романа (как и в других текстах В. Сорокина)

прошлое и будущее сосуществуют в одном пространстве: архаические реалии (например, преобладание гужевого вида транспорта) парадоксальным образом соседствуют с развитой биотехнологией (в романе персонажи пользуются «умницами», передовыми средствами коммуникации). В. Сорокин в «Дне опричника» (2006), «Сахарном Кремле» (2008) использует тот же прием лобового столкновения высоких технологий с социальной архаикой.

Теллурий — условный «мотиватор» сюжета и композиции утопии. Он «пересоздает мир на новой основе и придает ему новую форму» [14]. В будущем мире «пророк ближнего радиуса действия» [16] пророчит гармоническое мироустройство, базирующееся на идее синтеза общего и индивидуального счастья.

В романе показано, как в контексте впечатляющего и — увы — безрадостного будущего разворачиваются различные события, кажущиеся абсурдными и полными утопических фантазий. Мир, изображенный в романе, претерпел серьезные геополитические изменения не в лучшую сторону. Одновременно в романе звучит глубокая антиутопическая ирония.

Один из героев романа (история вторая) размышляет о трагическом прошлом российской истории, высказывает вещие и неутешительные прогнозы на будущее. В. Сорокин «устроил распекацию Росии-матушке», — отмечает критик А. Кузьменков обличительно сатирический пафос романа [16]. Кажется, что всё, о чем говорится в романе, это ироническая шутка автора в духе постмодернизма. В пассажах отчетливо звучит тенденция **дискредитации истории, деконструкции патриотического нарратива**, однако *мировоззренческое противоречие* заключается в том, что за всем этим можно увидеть и другое — глубокую озабоченность национальной судьбой, надежду на подлинное обновление страны.

2.2. РЕЛИГИОЗНЫЕ МОТИВЫ И АНТИЭСТЕТИЗМ

Текст романа пронизан религиозными мотивами. Разумеется, не ради религии как таковой, а для создания особого «поля художественной игры», характерной для постмодернистского дискурса вообще. История с тамплиерами свидетельствует о глубоком знании автором истории средневековой Европы и крестовых походов. Остроумно разыгрывается миф о псоглавцах, поклоняющихся святому Хриstoffору. В другом случае создается виртуозная стилизация жанра молитвы.

В эпизоде о «крестоносцах» они являются защитниками христианской веры и хотят бороться с логовом неверных. В. Сорокин и здесь пользуется излюбленным стилистическим приемом сочетания архаики и модерна. Роботизированные самолеты, автоматическая артиллерия выступают как отсылки к американским и японским анимационным фильмам. Используются образы «трансформеров» и «мобильного костюма Гандама». Объединяя культурные

и исторические элементы разных стран, разного времени, В. Сорокин конструирует собственную модель времени, где будущее представляется «многоязычной, многокультурной эпохой плюрализма».

Автор также раскрывает свое представление о трагической природе войны. Война, с его точки зрения — это место неразрешимых антагонистических убеждений, споров за территории, различий идеологических принципов. Описывая войны будущего, В. Сорокин синтезирует элементы разных видов искусства: литературы, кино, телевидения, вплетает в повествование истории разных стран. Образы рыцарей, голова Иисуса, упоминание «неверных» — аллюзия на «Крестовые походы» средневековой Европы.

История двадцать вторая романа — стилизация средневекового гротеска с мотивами вампиризма и с апокрифическим мотивом о псоглавцах. Два персонажа — Роман и Фома, монстры с собачьими головами — сидят возле костра, греют воду в котелке, говорят о Пушкине и Бодлере, о том, как «пройти через испытания и невзгоды, двигаться дальше, достичь физического и духовного совершенства». Сочетание «гуманитарных» тем — литературы, философии, музыки — с темой еды и каннибализма производит на читателя сильнейший шокирующий эффект. Эффект резкого контраста деталей является излюбленным приемом В. Сорокина, любящего «высекать» плотный и мощный заряд *антиэстетизма*.

Данный фрагмент можно интерпретировать двояко. С одной стороны, писатель демонстрирует проводимый им *эксперимент с возможностями языка*, с границами «нагрузки» на язык, это иллюстрация стремления В. Сорокина шокировать читателя нарочитым антиэстетизмом, использованием темы каннибализма, «снижением градуса» дозволенного, когда неприличное и непристойное «вдруг» оборачивается вполне «приемлемым» для прочтения. Непристойности не просто изображаются, по ходу повествования процесс смакования намеренно усиливается. Направляется мысль, что основной результат восприятия текста В. Сорокина заключается в *эпатаже* и *провокации*. Писатель эпатирует читателя, и только в этом заключается главная «идея текста», эпатирует изо щренно и настойчиво. В приведенном отрывке есть некоторое художественно-функциональное «оправдание» темы «мозга». (Вспомним знаменитое вступление к поэме В. Маяковского «Облако в штанах»: «Вашу мысль, мечтающую на *размягченном мозгу*, как выжиревший лакей...»).

Вместе с тем фрагмент о псоглавцах содержит возможность его философской интерпретации, позволяющей уточнить специфику феномена утопии у В. Сорокина. С точки зрения исследователя Д. Фунтовой, в этом фрагменте беседы двух интеллектуалов, обедающих человеческими мозгами, заложена значимая метафора: если авторы утопий XX в. воз-

лагали надежду на спасительный разум, то у В. Сорокина звучит мысль об ограниченности рационалистического подхода: «данный метафорический образ предельно прозрачен для читателя: «от потребления идей недалеко и до потребления людей» [17].

Есть здесь и дополнительный момент. В. Сорокин вносит долю иронии и остраненность в изображение темы войны. Происходит процесс «дегероизации» войны. Его цель — высмеять и осудить тех, кто выступает за войну, кто ханжески морализирует, но при этом преследует корыстные цели. Посылая других в качестве пушечного мяса сражаться на поле боя, они пожинают плоды войны. Наслаждаясь пожиранием головы воина, два монстра нашли гвоздь в голове мертвеца и выразили ему свою похвалу, сказав, что татарский воин был «чрезвычайно сильным, храбрым и бесстрашным. Героический и непобедимый воин и его благородные чувства были убиты «злым куском металла». С иронией отмечает В. Сорокин, что самый храбрый воин часто не сравнится с маленькой вражеской пулей.

2.3. УТОПИЯ ИЛИ АНТИУТОПИЯ?

Модель утопии по своей природе «одномерна» и «абсолютна», она не предполагает вариантов. Цель утопического общества у В. Сорокина — построить общество, в котором могут быть счастливы все вместе. С другой стороны, утопия, описанная в романе, — это место, где каждый прекрасен и счастлив по-своему. И в этом смысле модель В. Сорокина обретает гибкость и вариативность. В романе нет единого главного героя, в пятидесяти историях романа сотни разнообразных персонажей, каждый из которых стремится к своему собственному счастью. В. Сорокин, нарушив «канон» жанра, создал иной вариант «идеальной» модели утопии: утопия должна быть «множественной». Как только возникает одномерность утопии, она превращается в свою противоположность — в антиутопию, индивидуальный разум в этой модели становится жертвой общественного диктата, что приводит к катастрофе. По мысли В. Сорокина, идеальный утопический мир должен состоять из множества уникальных утопий и персонализированных ценностей и мировоззрений.

Отсутствие единого сюжета и наличие многочисленных историй превращает книгу в «созвездие утопий». Критик Р. Арбитман отмечает в романе дробный ретроутопический хронотоп, в котором используется излюбленный автором прием синтеза архаики и будущего: «Полсотни глав, где такое будущее описано, — это полсотни отдельных маленьких утопий, на любой вкус, цвет и настрой» [18]. Утопический мир у В. Сорокина не однообразен, он «диверсифицирован», к нему возможны разные пути, которые дополняют друг друга, но не заменяют один другой. Только такая утопия, которая пропагандирует разнообразные ценности и разнообразное счастье,

по В. Сорокину, может быть названа воплощением истинного счастья. Персонажи В. Сорокина живут в состоянии мечты, у каждого своей. И каждая мечта обоснована и заслуживает понимания.

Вернемся к интерпретации романа как «мета-жанра». Он не прочитывается как утопия/антиутопия в устоявшемся традиционном понимании этого феномена, но выходит за его пределы. Трактовка жанра романа В. Сорокина требует более глубокого понимания идеи писателя, антропологического. «Теллурию» следует понимать не как «прямое высказывание», а как художественную метафору. Как убедительно показывает критик С. Львовский, «основная его проблематика лежит в сфере не политологии и future studies, но антропологии и (отчасти, как следствие) социологии» [14]. В романе В. Сорокина создается сложная картина, сочетающая в себе утопическое и антиутопическое. В. Сорокин написал многоаспектный роман, и анализировать его можно с разных позиций — с точки зрения истории, религии, футурологии и психоделизма. И каждый раз обнаруживается, что он выходит за рамки привычного восприятия. Подыскивая термины для определения сорокинской конструкции, литературовед приводит такие слова, как «постисторический», «пост-современный», «постсекулярный», «пострелигиозный», «посттрансцендентный»: «Сорокину удалось вообразить мир, каким-то образом продлившийся туда, где его не могло и не должно было быть» [14]. Иными словами, проект утопии не состоялся ввиду отсутствия места и несвоевременности, эту гуманитарную модель можно трактовать как «*антропологическую дистопию*». Подобная интерпретация созвучна с трактовкой романа другим исследователем как «эвтопии», изображения общества «не идеального и не «справедливого» или «праведного», однако счастливого» [17].

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Роман В. Сорокина феномен уникальный в том отношении, что писатель нарушает в нем собственные, ранее сформулированные установки, ограничивающие творчество чисто языковыми экспериментами. В романе отчетливо звучат социальные, гуманитарные и этические проблемы. При всем привычном для писателя эпатировании читателя и выходах за нормы приличия, автор создает оригинальную модель дистопии, в котором доминирует вопрос о потребности счастья индивидуального как фактора человеческого благоденствия. Однако утопия о счастье заведомо невыполнима и оборачивается своей противоположностью — антиутопией.

В романе причудливым образом сочетаются противоречивые жанровые и стилевые стратегии. Вопреки декларированному писателем лингвистическому герметизму, налицо социальная и политическая составляющая романа, выводящая его за рамки фило-

логического эксперимента. Мир, изображенный в романе — это одновременно и «новое средневековье», и «новый ренессанс». Утопизм и антиутопизм парадоксально сосуществуют в рамках одного произведения и дают основание квалифицировать его как дистопию, понимаемую как синтез двух метажанровых векторов. Утопия как манифестация веры в индивидуальное счастье вступает в антиномическое противостояние с концепцией вечного несовершенства общественного и государственного устройства. Переступая через устоявшиеся представления о жанровых канонах, В. Сорокин продемонстрировал новую модель жанра, в котором акцент делается не на гармоническом/дисгармоническом обществе, а на решении вопроса гуманитарного — об индивидуальном счастье для каждого. Но и здесь неразрешимость проблемы возвращает утопизм к своей противоположности — антиутопизму. Дистопия В. Сорокина — это демонстрация парадоксальности и антиномизма — филологического и социального.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковтун Н. В. Русская литературная утопия второй половины XX века: автореферат дис. ... д-ра филол. наук. Томск, 2005 / Н. В. Ковтун. — 49 с.
2. Бахтина Т. А. Утопический дискурс: Концептуальные основы, эволюция и роль в современном обществе: автореферат дис. ... канд. филос. наук. Улан-Удэ, 2005 / Т. А. Бахтина. — 25 с.
3. Воробьева А. Н. Русская антиутопия XX-начала XXI веков в контексте мировой антиутопии: автореферат дис. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2009 / А. Н. Воробьева. — 49 с.
4. Якушева Н. Б. Трансформация утопии в антиутопию в культуре XX века: автореферат дис. ... канд. филос. наук. Санкт-Петербург, 2001. — 16 с.
5. Демидова О. Р. Зеркало (анти) утопии / О. Р. Демидова // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. — 2020. — № 3. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zerkalo-anti-utopii> (дата обращения: 21.04.2023).
6. Кучерская М. «Теллурия»: Владимир Сорокин описал постапокалиптический мир / М. Кучерская // Ведомости, 21 октября 2013.
7. «Это просто буквы на бумаге...». Владимир Сорокин: после литературы. Антология. Составители: М. Липовецкий, Е. Добренко, И. Калинин. М.: Новое литературное обозрение, 2018. — 712 с. ISBN: 978-5-4448-0912-92018.
8. Архангельский А. Новый Сорокин: станция Распадская / А. Архангельский // Colta.ru. Архивная копия от 24 января 2021 на Wayback Machine. — Режим доступа: <https://www.colta.ru/articles/literature/785-novyy-sorokin-stantsiya-raspadskaya> (дата обращения: 19.03.2023).
9. Чанцев А. Фабрика антиутопий: Дистопический дискурс в российской литературе середины 2000-х г. / А. Чанцев. — Режим доступа: <https://magazines.gorky.media/nlo/2007/4/fabrika-antiutopij.html> (дата обращения: 19.03.2023).

11. Кулдошина А. Ю. Преодолевший постмодернизм: Лейтмотивы и символы «Метели» и «Теллурии» В. Сорокина / А. Ю. Кулдошина // Вестник МГУП им. И. Федорова. — 2016. — № 2. — С. 166–168.
12. Пермяк Е. Золотой гвоздь. Сказка. Уральский современник. — 1955. — № 2. — С. 180–188.
13. Трессидер Дж. Словарь символов / Дж. Трессидер. — М.: Гранд; Фаир-пресс, 2001. — 444 с.: ил. — 16.
14. Данилкин Л. Новый Сорокин: «Теллурия» как энциклопедия русской речи / Л. Данилкин. — Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/books/telluriya-kak-enciklopediya-russkoj-rechi/> (дата обращения: 19.03.2023).
15. Львовский С. Третья психоделическая Владимира Сорокина, или «Теллурия»: пятьдесят глав о том, чего не может быть / С. Львовский. — Режим доступа: <https://fantlab.ru/work1055881> (дата обращения: 19.03.2023).
16. Мельников Е. «Теллурия», Владимир Сорокин / Е. Мельников. — Режим доступа: <https://newslab.ru/article/548243> (дата обращения: 19.03.2023).
17. Кузьменков А. Письмо столичному приятелю (Владимир Сорокин. Теллурия) / А. Кузьменков. М.: Cogrus, 2013 — Режим доступа: <https://magazines.gorky.media/ural/2014/2/pismo-stolichnomu-priyatelyu.html> (дата обращения: 19.03.2023).
18. Фунтова Д. А. Ценностные особенности эвтопии на примере романа В. Сорокина «Теллурия» / Д. А. Фунтова // Челябинский гуманитарий. 2017. № 1 (38). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-osobennosti-evtopii-na-primere-romana-v-sorokina-telluriya> (дата обращения: 19.03.2023).
19. Арбитман Р. И никаких гвоздей! / Р. Арбитман // Профиль. — № 42 (836), 11 ноября 2013 года. — Режим доступа: <https://ru-sorokin.livejournal.com/284725.html> (дата обращения: 19.03.2023).

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Коваленко А. Г., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русской и зарубежной литературы, филологический факультет

E-mail: ak-taurus@mail.ru

Ху Цзяжуй, аспирант кафедры русской и зарубежной литературы, филологический факультет

E-mail: 1041504265@qq.com

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

Kovalenko A. G., Doctor of Philology, professor, Head of the Department of Russian and foreign literature, philological faculty

E-mail: ak-taurus@mail.ru

Hu Jiarui, graduate student of the department Russian and foreign literature, Faculty of Philology

E-mail: 1041504265@qq.com

СОЦИАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ В РОМАНЕ АЛЕКСЕЯ ИВАНОВА «НЕНАСТЬЕ»

И. Б. Ничипоров

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 30 октября 2023 г.

Аннотация: статья посвящена новейшему литературному материалу — роману А. Иванова «Ненастье» (2015), который представляет самобытное эпическое полотно о современности. Охарактеризованы подходы автора к художественному исследованию переломных этапов общественной жизни 1980–2000-х гг. и сопряженных с ними индивидуальных и коллективных социальных состояний. Делаются выводы о значении регионального «городского текста», сюжетно-композиционных решений для выявления типов отношений персонажей с историческим временем.

Ключевые слова: современный роман, Алексей Иванов, историческое время, социальные состояния, массовые сцены.

Abstract: the article is devoted to the latest literary material — A. Ivanov's novel "Bad Weather" (2015), which has become an original canvas about modernity. The author's approaches to the artistic study of the critical stages of the social history of the 1980s — 2000s and the associated individual and collective social states are characterized. Conclusions are drawn about the significance of the regional «urban text», plot and compositional solutions for identifying the types of relationships of characters with historical time.

Keywords: modern novel, Alexey Ivanov, historical time, social conditions, mass scenes.

В истории новейшей литературы 2015 год отмечен появлением ряда масштабных социально-психологических полотен о современности и недавнем прошлом: речь идет о романах «Лестница Якова» Л. Улицкой [1], «Любовь в эпоху перемен» Ю. Полякова [2] и «Ненастье» А. Иванова [3].

В «Ненастье», этом, по определению автора, «экзистенциальном» романе [4], запечатлелись объемная панорама рубежных десятилетий — от афганской войны до конца 2000-х гг., атмосфера и выразители «эпохи, давшей столько материала для социального творчества», которая, однако, «прогорела зря, ни за что ни про что» [5].

Отправной точкой сюжетного развертывания социальной истории стал в романе поворотный для страны день 20 августа 1991 г., когда служивший в Афганистане Герман Неволин по приглашению своего бывшего командира и друга Сергея Лихолетова приезжает из Куйбышева в «советский промышленный миллионник» [6]¹ Батуев и присоединяется к афганскому братству «Коминтерн».

В очерченном емкими штрихами местном ландшафте «Коминтерн» претендует на роль влиятельной общественно-экономической силы. В дни путча «братство» выступило «за Горбачева» и занялось перекройкой городской среды, «отжалом» Дворец спор-

та и расквартировало в «Юбиле» свой штаб во главе с Лихолетовым, который впервые появляется в окружении бойцовского вида соратников — «лохмат, небрит, с мощным коньячным выхлопом... босой, в камуфляжных штанах и в майке-тельняшке». Сплоченное «афганской идеей» «землячество по войне» в условиях распадающегося государства пытается опробовать *альтернативные тоталитаризму формы гражданской жизни*. «Коминтерн» жестоко продемонстрировал неизбежное для переходных лет разрушение сложившихся биографий и профессиональных репутаций. Так, заслуженный тренер Яр Саныч — мастер спорта по легкой атлетике — в «новые времена», когда, по его отчаянным наблюдениям, «жизнь в городе стала разваливаться», превратился в маргинала, обреченного на молчаливое созерцание сожительства своей 15-летней дочери с Лихолетовым и на унижительную «должность обслуги», принужденной ломать себя, чтобы «сделать пацанам красиво». При всей разношерстности «братьев по Союзу», их буйных нравах и непоследовательности выдвигаемых инициатив, «гнездившийся» в «Юбиле» Штаб имел начатки демократического устройства и на своем уровне подтверждал действенность механизмов гражданской самоорганизации и коллективного управления: здесь «всех выбирают на три года... кто за бизнес отвечает, кто за социалку, кто за финансы».

Детализированными массовыми сценами в романе передаются социальные состояния кризисной эпохи, за ситуативными эмоциональными реакциями жи-

¹ Текст романа приводится в статье по указанному источнику.

телей Батуева просматриваются глубины коллективного подсознания в теряющей привычные ориентиры повседневности. В эпизоде захвата афганцами Шпального рынка в фокус изображения попадают не только многолюдные столкновения, но и психологические зарисовки того, как «среди мусора бродили потрясенные люди, что-то подбирали, отряхивали», как «старик, дрожа от похмелья, продавал орден», как пространство с разных сторон оглашалось агрессивными выкриками и «было взболтано хаотичным, бессмысленным мельтешением». Кровопролитный передел собственности между афганцами и криминальными кланами окрашивается под пером Иванова в апокалиптические тона и обнаруживает угрозу ослабления социальных связей. Бассейн «Чунга» «прибрала к рукам группировка Бобона, и детишки сюда теперь уже не ходили», в бывшем гребном клубе «Нептун» обосновались кабак и казино, заброшенный пионерлагерь переоборудован в «тренировочную базу для бойцов-чоповцев», при этом одряхлевшее, лишенное работающих общественных институтов государство расписалось в беспомощности перед надвигающимися потрясениями: «А что еще власть могла сделать с этими дерзкими солдатами?»

Сюжетообразующую функцию выполняет в романе многолетняя, тянувшаяся с весны 1992-го история захвата афганцами новостроек на улице Сцепчиков, которые предназначались для их семей, однако решением горисполкома были втихомолку проданы влиятельному банку. Поняв, что «по-другому нам квартиры не получить», Лихолетов и его соратники запустили мощнейшее даже для крупного города и вдохновленное атмосферой непредсказуемых перемен движение массового гражданского сопротивления. Если первомайская демонстрация представлялась Герману Неволину ритуалом уходящей эпохи, «разбитым войском, которое изображает триумф», поскольку ее участники вышли «от обиды, от злости, из упрямства, а вовсе не в порыве праздничного воодушевления», то динамичные сцены не санкционированного властями семейного заселения в дома «на Сцепе», напротив, отразили и всплеск общей эйфории, и хрупкий, трудно нарождавшийся в новой России опыт гражданской консолидации, отстаивания ценности частных, семейных интересов вопреки неограниченному всемогуществу государства. Как чувствовали афганцы и их близкие, «сегодня мы опять победили», потому что «здесь, в Батуеве, Серега заставлял парней снова сражаться за свою судьбу», для них «Лихолетов был герой». Укрупненное изображение лиц, разговоров, душевных импульсов участников общего застолья во дворе, где по-свойски «закусывали друг у друга из тарелок», «тихонько гладили чужих жен по задкам», контрастно соотнесено с включениями заказных, манипулирующих общественным мнением теленовостей, трагикомическими эпизодами оплаченных властями митингов «усталых теток», ряже-

ных «матерей-одиночек», которые, впрочем, и сами не могли долго оставаться слепыми исполнителями государственного «задания»: «Тетки, что выкрикивали лозунги, сбились и замолчали. Они смотрели на этот двор с качелями, на лоджии, где сушилось белье, на злых захватчиц, что прижимали к себе ревущих малышей, и тоже не выдержали — друг за другом заплакали в голос. Девчонки «афганцев» рыдали от обиды и от сочувствия, а матери-одиночки — от замордованности и тоски: ни жилья у них, ни мужей».

«Афганское сидение» окрыляло его участников не по возрасту восторженным переживанием нерушимого «товарищества», «дивным ощущением полноты бытия», но в политической перспективе возникновение на окраине Батуева морально несломленного «укрепрайона», осадной «гражданской крепости», дерзко требующей для себя троллейбусную остановку, знаменовало лишь начало длительного формирования коллективного правосознания и необходимой зрелому обществу культуры протеста.

На весну 1993 г., когда набирало обороты естественное для открытой политической системы, но приобретающее в России уродливые формы противостояние ветвей государственной власти, в сюжете романа приходится инициированный сверху и символически предвосхищающий шторм парламента в Москве разгром коминтерновского штаба бойцами СОБРа и арест Лихолетова, сломавший его политическую и личную судьбу.

Лихолетов как незаурядная натура и социально-психологический тип потенциального политического деятеля выступил в романе предметом развернутого художественного исследования. В Батуеве он окончил железнодорожный техникум, ушел в армию, «застрял в Афгане», где с годами «стал эдаким бывалым и авторитетным человеком», который «даже в пьянке не забывал, что он командир». В афганских ретроспекциях и воспоминаниях бывших сослуживцев воссоздан внутренний склад 25-летнего героя, уже четвертый год воюющего на чужбине. Афганистан вырвал его из «застойной» современности, здесь он «вел себя как американский рейнджер и выглядел не по-советски», в критических ситуациях сквозь хмельную браваду, решимость «нажраться спирта под стволами у "духов"», героизмовать и противоречить «здравому смыслу, опыту и чувству самосохранения» в нем обозначались задатки организатора социальных движений. При бросавшейся в глаза склонности упиваться грубым «чувством превосходства и уверенностью в своем праве командовать», свойственных ему самоощущению «рисковым, ловким, правильным и техничным», привычке «жить напоказ» — для него, по пронизательным характеристикам Володи Канунникова и Неволлина, «Афган был не подвигом, а поводом объединиться», именно поэтому «его Афган не раздавил», а «обстоятельства (даже победы) не подчиняли его себе». Обладая не вполне реализо-

вавшим лидерским талантом, Лихолетов стихийно, без опоры на серьезную политическую рефлексию искал *новых форм независимой от государства социальной общности в посттоталитарной стране*. Улавливая пробуждающуюся у современников потребность в правовом мышлении, он понимал «Коминтерн» как «механизм справедливости», гарантию совестливого отношения к собратьям, что, по его мнению, могло быть обеспечено уникальной структурой — «одновременно общественной организацией, корпорацией из разных бизнесов и преступной группировкой».

Трехлетняя изоляция обернулась для Лихолетова непоправимой рассогласованностью с ритмами времени. Симптоматично в этом плане срежиссированное им из тюрьмы протестное перекрытие афганцами станции Ненастье. Если история с занятием домов на Сцепе обнаружила серьезный массовый запрос на социальную справедливость и контроль общества над государством, то драматургически насыщенное описание акции в день ВДВ на железной дороге прочитывается как *метафора безрассудной растраны социальной энергии, опасных блужданий растерянного людского множества по «рельсам» истории*. «Злобно-веселая десантура, готовая к быстрой обиде и драке», под «разухабистый хриплый шансон» бравировала своим превосходством над не причастными к антиафганским преследованиям железнодорожниками. Добиваясь реванша за разгромленный «Юбилей» и арест командира, афганцы «ломили своё силой, нарушали порядок», «переиграли ментов»; теряя чувство реальности, отдавали «приказы по фронту», выглядели то «израненным гарнизоном», то орущими в микрофон «шутниками».

Стадии деградации «Коминтерна» после ухода и гибели Лихолетова композиционно соотнесены с изменениями общественного климата во второй половине 1990-х гг. На фоне открывающихся в Батуеве первых супермаркетов с их разительно отличным от старых гастрономов «цветастым изобилием», а затем и мегамоллов на месте когда-то покоренного афганцами Шпального рынка — это сообщество так и не сформировало самостоятельной платформы, вследствие чего маргинализировалось и выродилось вначале в банду на джипах, а после квазидемократических президентских выборов 1996 г. и особенно дефолта 1998-го было подмято жерновами «бюрократических превращений и комбинаций». Социально-политическую нишу борющихся за свои права афганцев заняли «масштабные и солидные бизнесы победителей», в городе выросли «фасеточные башни из черного и синего стекла... ушли бандиты и банкиры, пришли мошенники и менты», наподобие майора Щебетовского или капитана Дибича, этого представителя нового поколения силовиков, «артистичного циника, умелого сыскаря и почти фигляра», наловчившегося эстетски «намазывать паштет на тост».

Болезненные стороны новейшей социальной истории преломились в личном и идейном конфликте Лихолетова и майора Щебетовского. Щебетовский — приметный социальный тип, художественно открытый автором в современности. 1952 года рождения, «комитетчик», служивший в спецкомендатуре погранвойск в Кабуле, сращенный с силовыми ведомствами и батуевскими бизнес-элитами, «очень надежный, располагающий к себе, такой умный в вежливо затемненных очках» — майор обрисован небесталанным, риторически убедительным и жестким *идеологом неототалитаризма*, который допускает имитации демократических процедур, подконтрольный Системе «легальный и уважаемый бизнес», элементы экономической свободы, однако радикально отрицает свободы гражданские. В концептуальных столкновениях с Лихолетовым он выражает скепсис в отношении афганского братства в качестве самоуправляемой общности и перспективного социального проекта, поскольку, по его идущему из старых времен убеждению, «быдло никогда не станет войском... просто люди вернулись с войны», лихолетовской же «ставке на миф» он противопоставляет ультимативное предложение «действовать согласованно».

С опаской распознавая в «Коминтерне» отнюдь не отвлеченный миф, а возможный прообраз будущего гражданского общества, Щебетовский направил властные ресурсы на то, чтобы «выдрессировать» и «побороть» это «агрессивное», по его оценке, объединение, «по пальцам разжал кулачище “афганцев”», перемолол «ревущую и полупьяную толпу недавних солдат» в «два скромных тихих офиса». В мае 1996-го, в канун выборов президента, он, видя себя «стратегом, мудрым политиком», прагматично заявляет Лихолетову, что «сейчас не модно бороться за социальную справедливость... вы использованы и выброшены на обочину». А в январе 1997 г. победа «комитетчика» на выборах в ненавидимый им «Коминтерн» обнажила *падение уровня общественной дискуссии о направлениях развития страны, кризис социального смыслопорождения*. В фарсовых предвыборных дебатах бледными контраргументами к демагогии майора о том, что «главное — социалка», оказались лишь анахроничные «Серегины яростные планы», легковесные упования на то, что афганская идея «нам везде поможет», «свои своих поддержат», и «возможностей дофига»...

В частных судьбах персонажей их социальные состояния нередко определяются конфликтными отношениями с меняющимся историческим временем.

Драма выпадения из современности сближает разнонаправленные жизненные траектории ключевых героев. Лихолетов после освобождения «очутился в другой эпохе», никак «не ожидал, что Афган окажется неважной темой». Не утруждая себя социальной аналитикой, он застыл в дискурсе ранних 90-х, не соотнес практики «былых безбашенных времен»

с тем, что теперь «страна получила новую ненавистную войну в горах». Препятствующее общественному развитию *капсулирование личной и социальной инициативы* очевидно и в перерождении Лихолетова в «замкнутого бизнесмена», упорствующего в «тихой и глухой осаде» своих противников, и в подобии семейной жизни Неволлина с Таней, сводящейся к тому, что «по вечерам Герман с Танюшей просто мирно смотрели телевизор». Даже бездетность Тани служила дополнительным поводом к отчуждению от внешнего мира, поскольку, по самовнушению героини, «в новом мире обмана и несправедливости дети были протезами успеха, костылями». Мотивацией преступления Неволлина оказывается надрывная попытка любой ценой вырваться из-под давления среды, добиться, чтобы «все эти события перестали определять, как Немцу надо поступать». Разрывом с исчерпанным жизненным циклом стало предпринятое им 14 ноября 2008 г. самоубийственное ограбление спецфургона, подготовка к которому питалась давними эскапистскими грезами о бегстве в Индию — «страну забвения», открывающую дорогу в придуманное им внесоциальное измерение, «из ненастья на полуденное солнце». Общение в Индии с афганским товарищем Рамилем Шамсутдиновым, близость с бывшей батуевской журналисткой Дашей вводят манившую Германа экзотику этих мест в дорогой ему круг Афгана, «Коминтерна», Батуева, мятежного Сцепа...

Позиция личного самосохранения в пору тектонических сдвигов выразилась в сюжетной линии бывшего афганца Володи Канунникова, с которым Неволлин встречается на вокзале после ограбления. Вокзал прочувствован в романе как многоголосый свидетель индивидуальных устремлений героев и движения истории: отсюда началась батуевская жизнь Германа, здесь некогда шумно бунтовали сподвижники Лихолетова, ныне же «вокзал... совсем иной, нежели в начале девяностых. Тогда он был заплеванной, темный и опасный, а теперь — удобный и респектабельный. Светящиеся табло, англоязычные указатели, эскалаторы, круглосуточные кафетерии. В киосках — таблоиды, шоколадки и одноразовые дорожные несессеры, а не презервативы, водка и брикеты китайской лапши». Беседа Германа с Володей Канунниковым, их воспоминания выдвигают взвешенную, самокритичную рефлексию последнего о «буйных временах», отпечатавшихся в биографиях общих знакомых, об афганском синдроме и его тяжелых последствиях: «Мы пришли оттуда на понтах. Мы там такое увидели — и снова за парту? Да шиш! После Афгана что мы еще не знаем про жизнь? Все знаем!.. Мы были просто солдаты. Без профессий, без воспитания. Молодые, наглые, к тому же безработные. Чего от нас можно было ждать? Что мы банк учредим? Будем изобретать нанотехнологии? И мы лупили морды врагам, гоняли на тачках, гулеванили,

бодались за кабаки и магазины. А умные мальчишки и опытные дяди учились обращаться с ваучерами и протискивались в кабинеты, в которых нам было скучно. И потом забрали у нас почти все. Некоторые наши парни сумели вписаться в систему, но большинство — нет...»

Пунктирно прослеженный путь Канунникова осознан в ценностной системе произведения как альтернативный по отношению к участи многих его собратьев опыт сбережения частного, семейного существования в противовес катаклизмам современности. Однако в молчаливой «правильности» этого порядочного и трудолюбивого семьянина различимо вынужденное — субъективно, вероятно, давно оправданное, но от этого не менее драматичное — *бегство от поиска и артикулирования насущных нравственных, социальных, политических смыслов* в ностальгические ретроспекции и скрупулезное устройство самозамкнутого благополучия, наподобие неволинской «страны забвения»: «Володя закончил политех. Он учился как раз во времена «афганского сидения», когда другие парни бухали, гоняли на разборки или мутили какой-нибудь разухабистый бизнес. Володя получил трехкомнатную квартиру «на Сцепе»; у него с Олей и так было двое детей — пацаны-разбойники, и сразу завелся третий ребенок — Ксюшка. Володя не пристраивался ни к кому из успешных приятелей, чтобы срубить бабок, не квасил и не химичил. Он был правильным. И почему-то его принципиальность никогда не отталкивала, его скромность не вызвала жалости, его спокойная честность не обижала. Он работал на комбинате «Электротяга», дорос до заместителя главного инженера по энергетике. В девяностые на комбинате ни шиша не платили, а в нулевые вернулись заработки — не бог весть что, но жить можно, и Володя выкладывался...»

Итак, в одном из примечательных современных образцов романного жанра веки социальной истории рубежа столетий постигаются в соотнесенности с радикальными переменами в сознании и судьбах ключевых персонажей. Авторское повествование выстроено как остросюжетное, многоголосое высказывание о современности, ее героях и антигероях, победителях и проигравших. На стыке 80–90-х гг. новая эпоха открылась слабо оправдавшимися впоследствии предвестиями коренных сдвигов в общественной жизни, которые могли вывести к переосмыслению истории, расширению гражданского участия в государственном управлении, выдвижению независимых лидеров и формированию конкурентной политической среды. В пространстве регионального «городского текста», в хитросплетениях сюжета о распавшемся афганском братстве писателем исследуется широкий спектр социальных состояний отдельных персонажей и значительных групп — от переживания товарищеской, гражданской солидарности, различных стратегий лидерства до имитации обществен-

ного диалога, осознанного или стихийного разрыва с историческим временем, бунта против него, ухода в сферу частной жизни и моделирования утопических сценариев.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ничипоров И. Б. Личность и история в романе Л. Улицкой «Лестница Якова» / И. Б. Ничипоров // Пушкинские чтения — 2016. Художественные стратегии классической и новой литературы: жанр, автор, текст: материалы XXI междунар. науч. конф. / под общ. ред. В. Н. Скворцова; отв. ред. Т. В. Мальцева. — СПб.: ЛГУ, 2016. — С. 75–80.

2. Голубков М. М. Преодоление иллюзий, или Как нас обманывает история (размышление о романе Ю. Полякова «Любовь в эпоху перемен») / М. М. Голубков // Филологическая регионалистика. Научный и информационно-аналитический журнал. — 2016. — № 3. — С. 7–14.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Ничипоров И. Б., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры истории новейшей русской литературы и современного литературного процесса

E-mail: il-boris@yandex.ru

3. Ничипоров И. Б. «Ненастье» Алексея Иванова как роман о современности И. Б. Ничипоров // Пушкинские чтения — 2018. Художественные стратегии классической и новой литературы: жанр, автор, текст: материалы XXIII междунар. науч. конф. / отв. ред. Т. В. Мальцева. — СПб.: ЛГУ, 2018. — С. 105–110.

4. Алексей Иванов: «Современный человек ищет свою корпорацию» [Интервью] // Режим доступа: <http://ivanproduction.ru/intervyu/sovremennyj-chelovek-ishhet-svoyu-korporacziyu>. (дата обращения: 29.10.2023).

5. Лев Данилкин о «Ненастье» Алексея Иванова // Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/culture/3244-lev-danilkin-o-nenaste-alekseya-ivanova/> (дата обращения: 29.10.2023).

6. Иванов Алексей. Ненастье / Алексей Иванов. — Режим доступа: https://sharlib.com/read_427922-1 (дата обращения: 29.10.2023).

*Moscow State University named after M. V. Lomonosov
Nichiporov I. B., Doctor of Philology, Prof. of the Department
of the History of the Newest Russian Literature and Modern
Literary Process*

E-mail: il-boris@yandex.ru

ИМЕННОЕ СКАЗУЕМОЕ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ КОНТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А. БЕЛОГО «ПЕТЕРБУРГ»)

Т. В. Сатина

Финансовый университет при Правительстве РФ

Поступила в редакцию 19 октября 2023 г.

Аннотация: задача поэтики — анализируя художественное произведение, объединить лингвистический аспект и литературоведческий. Современная филология не стремится противопоставлять лингвистику и литературоведение, отсюда актуальность и продуктивность изучения проекций синтаксической структуры в художественной литературе. Любое художественное произведение имеет первоэлементы, которые являются весомыми в структурном и семантическом плане. Для наблюдения в качестве таких первоэлементов нами выбрано составное именное сказуемое в его функционировании (на материале романа А. Белого «Петербург»).

Ключевые слова: А. Белый «Петербург», составное именное сказуемое, лингвистическая поэтика, сказуемое, синтаксис.

Abstract: the task of poetics is to combine the linguistic aspect and the literary aspect by analyzing a work of art. Modern philology does not seek to contrast linguistics and literary studies, hence the relevance and productivity of studying the projections of syntactic structure in fiction. Any work of art has primary elements that are significant in structural and semantic terms. For observation, as such primary elements, we have chosen a compound nominal predicate in its functioning (based on the material of A. Bely's novel "Petersburg").

Keywords: A. Bely "Petersburg", compound nominal predicate, linguistic poetics, predicate, syntax.

Художественное пространство текста может успешно и плодотворно познаваться через его составляющие и их взаимодействие, даже если своеобразие компонентов, не обладающих ярко выраженными стилистическими потенциями, непосредственно не бросается в глаза. Всё же именно в тексте элементы всех уровней языка / речи в полной мере реализуют свой структурно-функциональный и художественный потенциал [1]. Современные успехи в интеграции филологического знания позволяют углубить понимание взаимодействия формы и содержания, рассматривать компоненты и категории художественного текста, по образному выражению академика Н. М. Шанского, под лингвистическим микроскопом [2]. Сложился современный подход к анализу единиц художественного текста, базирующийся на синтезе традиционных лингвистических приемов и методов исследования идиостиля писателя. В то же время в лингвистической поэтике, несмотря на то, что изучению языковых средств в художественных текстах и в идиостиле писателя посвящены серьезные работы (В. В. Виноградов [3], [4], Г. О. Винокур [5], [6], Д. Н. Шмелёв [7], В. П. Григорьев [8], [9], И. Р. Гальперин [10], [11] и др.), все еще остается малоизученной и актуальной проблема текстообразующих возможностей единиц разных языковых уровней. В полной мере это касается

и единиц синтаксиса: целесообразно соотнести их предложенческие функциональные способности с художественным шифром текста. Особенности авторского идиостиля проявляются на всех языковых уровнях, включая синтаксический. Проникновение в пласты текста, сбор соответствующего материала могут позволить сделать некоторые выводы о специфике функционирования той или иной конструкции (имеем в виду при этом центральное положение предложения в системе синтаксиса).

В данной статье предпринимается попытка рассмотреть сочетание языковых аспектов синтаксиса с речевыми (на материале романа А. Белого «Петербург», а именно на извлеченных из текста при сплошной выборке именных сказуемых). При этом целью работы является анализ именного сказуемого как одного из типов сказуемого, а также как потенциально текстообразующего элемента. Конструкция относится к широко употребительным в романе и может быть подвергнута классификационному описанию. Учитывая системную комплиментарность синтаксиса, уместным является синтезированный подход к изучаемому грамматическому феномену, поэтому естественным будет проникновение в механизм сборки составного именного сказуемого и учет лексико-грамматических качеств его строевых компонентов. В любом случае словоформа в ее синтаксическом использовании наращивает определенное синтаксическое значение. В то же время прецедент

неоднословной формы как минимальной синтактико-семантической единицы языка, несущей обобщенный категориальный смысл и характеризующейся взаимодействием морфологических, семантических и функциональных признаков [12, 4] учитывает семантический и синтаксический потенциал формы, то есть особенности ее функционирования в синтаксических конструкциях.

Составное глагольное сказуемое находится на пересечении двух разнородных оппозиций: по способу раздельно / слитно выражать значение оно противопоставлено простому глагольному, а по морфологическому выражению присвязочного компонента — именному. Составное же именное сказуемое противопоставлено лишь глагольному сказуемому: реализуется только оппозиция по морфологическому способу выражения, а соотношение с простым членом оппозиции системно, но существует как чисто условное: такой тип сказуемого принципиально отсутствует в парадигме. Напр.: *Невский Проспект прямолинеен (говоря между нами), потому что он — европейский проспект; всякий же европейский проспект есть не просто проспект, а (как я уже сказал) проспект европейский, потому что... да...*

Потому что Невский Проспект — прямолинейный проспект [13, 9].

В любом составном сказуемом сосуществуют две части, что, однако, не ведет к избыточности — ни к семантической, ни к функциональной. Каждый компонент составного именного сказуемого нуждается в другом и дополняет его, модифицируя свои свойства и образуя один член предложения. В этом заключается аналитизм неоднословного члена предложения. Следует обратить внимание на то, что бинарность конструкции предопределила два тесно связанных между собой направления в изучении именного сказуемого: описание особенностей 1) связки (свойства, семантика, роль в предложении, функция в конструкции составного сказуемого, типология); 2) присвязочного компонента (семантические, морфологические конструктивные, функциональные характеристики, статус в конструкции сказуемого).

Составное сказуемое, какого бы морфологического типа оно ни было, представляет собой конструкцию определенного состава: основная часть дополняется вспомогательной частью. В этом построении урегулированы и уравновешены роли компонентов члена предложения, соединение которых модифицирует и распределяет лексическое и грамматическое начало.

При исследовании компонентов составного сказуемого именного типа может быть сделано уточнение относительно того, что выступает в качестве вспомогательной части и каково материальное выражение основной части. Свойства цельного словосочетания, присущие составному глагольному сказуемому, не реализуются в составном именном

сказуемом, так как вспомогательная часть не является самостоятельным словом, способным формировать словосочетание (отметим, что неслучайно она называется именно связкой, т.е. терминология точна в констатации ее роли). Итак, вспомогательную роль выполняет глагол-связка, а присвязочный именной компонент может быть представлен любой словоформой, кроме инфинитива.

Если связка в какой-то мере еще может соперничать с присвязочным компонентом в выражении лексического значения, то выражение грамматического значения — это полностью прерогатива связок, которые обеспечивают сказуемое грамматически в категориях наклонения, времени, лица (в то же время по способности в той или иной мере удерживать и манифестировать лексическое значение и их реальной грамматизации происходит разделение связок на типы). Углубление в формальные характеристики сказуемого требует подробной классификации обоих компонентов, однако размер и жанр данного исследования позволяют остановиться лишь на одном аспекте, поэтому представим здесь лишь некоторые характеристики присвязочного компонента.

Семантика именной части составного именного сказуемого разнообразна по формальному выражению и значению. С одной стороны, исчерпывающая характеристика этой части конструкции возможна в каждом конкретном случае лишь при условии ее подробного и многоаспектного описания в структурно-семантическом разрезе, например с учетом структурной схемы предложения (по крайней мере требуется знать, односоставное или двусоставное предложение обслуживает сказуемое). С другой стороны, при описании предмета изучения исходной точкой может быть и морфологическое наполнение его присвязочной части. «Действительно, формы морфологических категорий (хотя и не всех) в предложениях на основе синтаксической связи передают ту или иную семантику, которую соответственно и можно назвать синтаксической семантикой» [14, 51]. Таким образом, располагаясь в особом поле встречно направленных параметров, составное именное сказуемое проявляет себя как многомерный предмет и требует послойного истолкования.

Семантику этого члена предложения даже в самом общем виде не удастся интерпретировать однозначно: в ней прямо или косвенно отражается факт корреляции сказуемого с подлежащим (если предложение двусоставное) или принципиального отсутствия подлежащего (в односоставном предложении).

В двусоставном предложении через составное именное сказуемое, как правило, выражается общее значение пассивного признака, которое проявляется в различных частных значениях. В плане качественных значений предикцируемый признак у сказуемого имеет определенное сходство с атрибутивным признаком определения, хотя и жестко

ориентируется на подлежащее, характеризует его каким-либо образом и разворачивается непосредственно в предложении. Ср.: <...> *Рука дедяная ма-нила; позади него — в неизмеримости убежали века; впереди — дедяная рука открывала: неизмеримости; неизмеримости полетели навстречу. Рука дедяная!* [13, 410] Атрибутивный определитель *дедяная (рука)* воспринимается как двойственный: он мыслится как существенный, но абстрактный признак, независимый, неотъемлемый от предмета характеристики (эти непредикативные формы принимают участие в построении словосочетания); сказуемое существует для называния свойства самого по себе, признака временного, непостоянного (при помощи связок участвует в конструировании предложения: *Рука дедяная!*). В некоторых случаях сказуемое раскрывает свои способности в обозначении физиологического или психологического состояния лица, названного подлежащим (существительное с разнообразным значением или личное местоимение): <...> *Аполлон Аполлонович оказался в синей броне* <...> [13, 139]; *Он был своей собственной тенью* [13, 28]. В то же время составное именное сказуемое идеально подходит для выражения семантики тождества: *Бомба — быстрое расширение газов*... [13, 227]; *И одна убежавшая мысль была мыслью о том, что незнакомец существует действительно, мысль забежала обратно в сенаторский мозг* [13, 27]. *Быстрое расширение газов, была мыслью* — составные именные сказуемые (последнее именное сказуемое, со своеобразным повтором, необычайно характерно для исследуемого текста).

В односоставном предложении данное сказуемое мало ограничено конструктивными обязательствами по отношению к подлежащему, однако вполне определено можно говорить о его семантике: формируя в качестве основы односоставное безличное предложение, сказуемое передает широкое значение состояния кого-либо или чего-либо (физиологическое или психологическое, физическое или внутреннее состояние человека; состояние человека, обусловленное отсутствием чего-то; действие-состояние природы, действие-состояние стихии). Напр.: *Эта последняя фраза, как и превращение Шишнарфиева в Шишнарфнэ, опять что-то сонно напомнили: было мерзко, тоскливо, томительно* [13, 292].

Укажем также на такую конструктивную особенность именной части сказуемого: по структуре различаются именная часть, представленная 1) отдельным словом, при этом фразеологизм равен слову (*Я — провокактор* [13, 91]; *А что, Семеныч, скажите: арбуз — ягода?* [13, 408]) и 2) сочетанием слов (*Николай Аполлонович был бледней полотна* [13, 186]; *Потому что Невский Проспект — прямолинейный проспект* [13, 9]). Другая структурная особенность: присвязочным компонентом могут выступать как изменяемые (существительное, прилагательное, числительное, местоимение), так и неизменяемые

(категория состояния, наречие, деепричастие, инфинитив) формы именной части.

В тексте романа А. Белого «Петербург» присвязочные компоненты представлены богато и разнообразно — как с точки зрения семантических оттенков, так и в плане формального выражения. В то же время наполнение этих компонентов соответствует традиционным воззрениям на их типы и виды [15; 16]. Проиллюстрируем рубрики материалом из романа, акцентируя внимание на необычных конструкциях и оттенках семантики.

Имя прилагательное — краткое или полное: <...> *А в обычные времена Аполлон Аполлонович был с лакеями до обидности отменно вежлив и чопорен (за исключением шуток)* [13, 399]; в том числе в сравнительной форме: <...> *Каменные сенаторские глаза, окруженные черно-зеленым провалом, в минуты усталости казались синей и громადней* [13, 13].

Имя существительное (в именительном или косвенном падежах): *Туда пролетели дракончики, что были расшиты на переливном халате (ведь халат стал щелью); в глубине мерцали там звездочками...* [13, 237]; <...> *Разорвутся сердца: самая разорвется планета; и всё станет газом* <...> [13, 402]; *Арбуз, ваше высокопревосходительство, не ягода во все, а — овощ* [13, 408].

Причастие (страдательное) — краткое или полное: <...> *Любопытнее всего, что с колена ноги, на которую он прихрамывал, сукно было содрано* <...> [13, 393]; *Туда пролетели дракончики, что были расшиты на переливном халате* <...> [13, 237]; <...> *И — трепался лоскут; был приподнят студенческий сюртук под накидкой, горбя спину и грудь; между целой и оторванной сюртучною фалдой пляшущий хлястик выдавался наружу* <...> [13, 393]; <...> *Его поразило, что стол был не заперт; выдавался предательски ящик; он был полувыдвинут* <...> [13, 393]; *Коленька стал как-то скрытен*... [13, 402].

Слова категории состояния: <...> *Ему стало тошно от ужаса* <...> [13, 183]; *Крайне, крайне печально: мое поведение ...* [13, 256].

Фразеологизм: *Здесь был он последней инстанцией — донесений, прошений и телеграмм* [13, 50].

В романе А. Белого «Петербург» немало примеров своеобразного семантического подтягивания к типичному присвязочному компоненту слов, необходимых для выражения цели сообщения: *Знаете ли — знаешь ли: трудное положение — быть государственным человеком* <...> [13, 409]; *Аполлон Аполлонович Аблеухов был весьма почтенного рода: он имел своим предком Адама* [13, 11]; *Николай Аполлонович был сенаторский сын* [13, 12]; *Лента, носимая им, была синяя лента* [13, 12]; <...> *И отец показался ему просто так себе, так себе: показался маленьким, стареньким — показался бесперым курёнком* <...> [13, 183]; *В этом пляшущем доме он был, само собой разумеется, Николаем Петровичем, главой дома и ро-*

дителем двух хорошеньких девочек восемнадцати и пятнадцати лет [13, 150].

В тексте романа разные формы присвязочного компонента часто причудливо соединяются в своей характеризующей синтаксической роли: *И это не главное: несравненно важнее здесь то, что благородно рожденный предок был Сим, то есть сам прародитель семитских, хеситских и краснокожих народностей* [13, 11]; *<...> Всякая вещь, даже более того, — всякое название вещи после чтения этих трактатов казалась нелепым, и наоборот: все мыслимое оказывалось совершенно безвещным, беспредметным* [13, 93]; *<...> Инвентарь был зарегистрирован в порядке и установлена номенклатура всех полок и полочек* *<...>* [13, 14]; *<...> Право, право же: выглядел Николай Аполлонович хромоногим, горбатым, и — с хвостиком* *<...>* [13, 393].

Подводя итоги, следует отметить, что морфология остается одной из малоисследованных областей поэтического языка. Среди явлений поэтической морфологии особого внимания заслуживают словоформы как первоэлементы синтаксиса, что переводит тему нашего исследования в разряд перспективных. Структурно-семантический подход, установившийся в синтаксисе, позволяет решать задачи морфологического синтаксиса в межуровневой плоскости системы языка. На современном этапе развития лингвистики при решении задач машинного анализа информации, аналитической обработки произведений речи, машинного перевода проникновение в формальную структуру художественного текста окажется добротным подспорьем при построении модели представления текста. Определение предикатного слова, его классификация, анализ, проникновение внутрь одного его типа живо соотносится с установкой современной филологии на то, что уже невозможно и бесперспективно противопоставлять лингвистику литературоведению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сатина Т. В. Простое глагольное сказуемое в художественном контексте / Т. В. Сатина // Вестник Воронеж-

Финансовый университет при Правительстве РФ
Сатина Т. В., доцент Департамента иностранных языков и межкультурной коммуникации
E-mail: sattv.75@mail.ru

ского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2021. — № 1. — С. 97–105.

2. Шанский Н. М. Художественный текст под лингвистическим микроскопом / Н. М. Шанский. — М.: Просвещение, 1986. — 160 с.

3. Виноградов В. В. Проблема авторства и теория стилей / В. В. Виноградов. — М.: Гослитиздат, 1961. — 614 с.

4. Виноградов В. В. Избранные труды. Поэтика русской литературы / В. В. Виноградов. — М.: Наука, 1976. — 516 с.

5. Винокур Г. О. Филологические исследования: Лингвистика и поэтика / Г. О. Винокур. — М.: Наука, 1990. — 452 с.

6. Винокур Г. О. О языке художественной литературы / Г. О. Винокур. — М.: Высшая школа, 1991. — 448 с.

7. Шмелев Д. Н. Избранные труды по русскому языку / Д. Н. Шмелев. — М.: Языки славянской культуры, 2002. — 887 с.

8. Григорьев В. П. Поэтика слова / В. П. Григорьев. — М.: Наука, 1979. — 343 с.

9. Григорьев В. П. Грамматика идиостиля: В. Хлебников / В. П. Григорьев. — М.: Наука, 1983. — 225 с.

10. Гальперин И. Р. Лингвостилистика / И. Р. Гальперин. — М.: Прогресс, 1980. — 431 с.

11. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — М.: КомКнига, 2006. — 144 с.

12. Золотова Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, Н. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова и др. — М.: Институт русского языка РАН им. В. В. Виноградова, 2004. — 544 с.

13. Белый А. Петербург: Роман в восьми главах с прологом и эпилогом / А. Белый. — М.: Наука, 1981. — 696 с.

14. Мухин А. М. Морфологические и синтаксические категории / А. М. Мухин // Исследования по языкознанию: К 70-летию члена-корреспондента РАН А. В. Бондарко. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001. — С. 51–55.

15. Скобликова Е. С. Современный русский язык: Синтаксис простого предложения / Е. С. Скобликова. — М.: Флинта: Наука, 2009. — 320 с.

16. Лекант П. А. Типы и формы сказуемого в современном русском языке / П. А. Лекант. — М.: ИИУ МГОУ, 2017. — 128 с.

Financial University under the Government of the Russian Federation

Satina T. V., associate professor of the Department of Foreign Languages and Intercultural Communication

E-mail: sattv.75@mail.ru

«В ПЕРВЫЕ ГОДЫ ЗНАКОМСТВА И СЛОЖИЛИСЬ МОИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О НЕКРАСОВЕ...»: А. Н. ПЫПИН О Н. А. НЕКРАСОВЕ. 1854–1862 ГГ.

Е. В. Степанова

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

Поступила в редакцию 12 октября 2023 г.

Аннотация: статья посвящена восприятию А. Н. Пыпиным Н. А. Некрасова в первый период их знакомства, в 1854–1862 гг. На основе широкого круга источников рассматривается история их знакомства, приход Пыпина в «Современник» и его деятельность в журнале. Представлены оценки Пыпиным личности Н. А. Некрасова, отношение к его поэзии, осмысление ученым редакционного конфликта в «Современнике».

Ключевые слова: А. Н. Пыпин, Н. А. Некрасов, «Современник», Н. Г. Чернышевский.

Abstract: the article is devoted to A. N. Pypin's perception of N. A. Nekrasov in the first period of their acquaintance, in 1854–1862. On the basis of a wide range of sources, the history of their acquaintance, the arrival of Pypin in *Sovremennik*, and his activities in the magazine are considered. The article presents Pypin's assessment of N. A. Nekrasov's personality, attitude to his poetry, and scientists' understanding of the editorial conflict in *Sovremennik*.

Keywords: A. N. Pypin, N. A. Nekrasov, "Sovremennik", N. G. Chernyshevsky.

Личные и профессиональные взаимоотношения поэта, издателя Николая Алексеевича Некрасова (1821–1878) и ученого-гуманитария, академика Александра Николаевича Пыпина (1833–1904) — неотъемлемая часть истории развития русской литературы и журналистики второй половины XIX в. Фундаментальных исследований по этой теме до настоящего времени не создано, хотя и историки, и литературоведы в разное время неоднократно затрагивали отдельные вопросы этих отношений. Так, наиболее подробно освещены их контакты в возобновленном «Современнике» 1863–1867 гг. [1; 2; 3, с. 67–69], совместный вклад в дело освобождения Н. Г. Чернышевского [3, с. 57–60; 4, с. 263]. Между тем отношения поэта и ученого охватывали почти четверть века, имели сложное развитие, включали как периоды сближения, так и отдаления.

Хронологию развития своих отношений с Некрасовым в воспоминаниях о поэте Пыпин представил так: «Я видел в первый раз Некрасова в 1854 году; в начале шестидесятых годов я принял близкое участие в «Современнике», когда он возобновился после закрытия его в 1861 году. Это участие продолжалось до окончательного прекращения журнала в 1866 году. После того, — это было в те годы, когда Некрасов издавал «Отечественные записки» с М. Е. Салтыковым-Щедриным и другими, — я видел его мало, и нередко навещал его во время его последней продолжительной болезни...» [5, 212] Пыпин допустил неточность

в датировке временного закрытия «Современника». В марте 1861 г. журналу было вынесено предупреждение, а о приостановлении на восемь месяцев было объявлено в июне 1862 г. Таким образом, в истории своих взаимоотношений с Н. А. Некрасовым ученый выделяет следующие периоды: 1854–1862 гг., 1863–1866 гг., 1867–1876 гг. и 1877 г.

Цель нашего исследования — выстроить парадигму этих отношений в начальный период, 1854–1862 гг., и представить восприятие Пыпиным личности и творчества Некрасова. По словам ученого, именно в первые годы и сложились его представления о Некрасове, которые впоследствии мало изменились [5, 212]. Материалом исследования выступает комплекс мемуарных источников Пыпина: автобиографические «Мои заметки» (1904), «Несколько воспоминаний», вошедших в книгу «Н. А. Некрасов» (1903), а также публицистические статьи ученого, эпистолярное наследие Пыпина и Н. Г. Чернышевского.

Знакомство молодого двадцатидвухлетнего Пыпина с Некрасовым состоялось осенью 1854 г. на квартире поэта. Поводом для визита послужило его намерение сотрудничать с журналом «Современник».

Однако первое упоминание о возможной работе в некрасовском журнале встречаем раньше. В письме Пыпину от 18 июля 1854 г. его двоюродный брат Чернышевский предлагал удержать за ним составление «Иностранных известий» для сентябрьского номера «Современника», он подробно обосновывал коммерческие выгоды его возможной работы

в журнале, а также прогнозировал положительное отношение к этому со стороны Некрасова: «Если же приедешь к концу августа и захочешь это взять... то я скажу Некрасову, который, верно, будет рад ...» [6, с. 260] В ответном письме от 30 июля Пыпин сообщал, что из-за отсутствия в Петербурге «не сможет составить «Иностранные известия» для «Современника»» [7]. В Петербург он вернулся только 5 сентября, в свою очередь Некрасов покинул столицу 18 сентября. Таким образом, в пределах этих двух дат, между 5 и 18 сентября 1854 г., и состоялось их личное знакомство.

При встрече, вспоминал Пыпин, «Некрасов заговорил просто, прямо о деле; обо мне он знал раньше...» [5, с. 218] В констатирующей фразе ученый не только фиксирует состоявшееся знакомство, но и выделяет отдельные черты личности Н. А. Некрасова — простоту в общении, четкость и конкретность в делах, связанных с «Современником», осведомленность о новых именах, обративших внимание своими публикациями в различных изданиях. Год назад в августовской и сентябрьской книгах «Отечественных записок» вышло исследование Пыпина о драматурге XVIII в. В. Лукине, которое в научных и литературных кругах поставило его автора в ряд молодых талантливых литераторов. Вероятно, эта публикация не осталась незамеченной и издателем «Современника».

Пыпин не сообщает об условиях своего участия в журнале, которые, учитывая деловой характер встречи, думается, были обсуждены с Некрасовым. Однако составленный В. Э. Боградом указатель содержания «Современника» [8] и публикация С. А. Рейсера гонорарных ведомостей журнала [9] позволяют говорить как о содержании работы, объеме авторского текста, так и полученном вознаграждении.

На страницах «Современника» Пыпин дебютировал с рецензией на учебники «Русский язык» А. Смирнова и «Чтение для приготовительных курсов...» М. Михайлова в октябрьском номере 1854 г. Именно рецензии станут основным жанром его публикаций в отделах «Библиография» и «Смесь». Тематика рецензируемых изданий была разнообразной — это заметки о журналах, заграничных изданиях, обзоры литературных новинок, учебных пособий, исследований по русской и европейской литературе, отечественной и зарубежной истории и др. Выбор рецензируемых книг в том числе был связан и с его научными интересами. С 1853 по 1857 г. он работал над магистерской диссертацией, предметом исследования которой были рукописные повести и сказки XVII–XVIII вв.

По меткому выражению Чернышевского, «из не доставляющих славы журнальных работ, это самая приятная». Славы Пыпину она, действительно, не приносила, рецензии публиковались анонимно, а «приятность» состояла в авторском гонораре. Для молодого ученого, основной доход которого состав-

ляла небольшая стипендия, это работа становилась ощутимой материальной поддержкой. За рецензию объемом 1 лист в «Современнике» он получал вознаграждение 20 руб. Его средний доход с каждого номера достигал 30–40, иногда 60 руб. [9, с. 233–243]. Чаще всего в 1855–1857 гг. библиографический раздел журнала заполняли исключительно рецензии Чернышевского и Пыпина. В отдельных номерах библиография наполнялась только рецензиями Пыпина. Таким, например, был январский номер за 1857 г., библиографические материалы которого, однако, показались Некрасову скучными [6, с. 340].

Иной была работа в «Отечественных записках». Деятельность в «Современнике» не прервала сотрудничества Пыпина с А. А. Краевским. В 1855–1858 гг. он публикует в журнале отрывки из диссертации: цикл статей «Очерки из истории старинной русской литературы». Различия в идейной направленности периодических изданий, конкуренции издателей, по видимому, в этот период его не интересовали. В этой связи обращает на себя внимание, что и Некрасов, ревностно относившийся к участию талантливых сотрудников в других периодических изданиях, допускал такое положение дел, не ставя Пыпина перед выбором работы для одного журнала. Думается, что этому есть несколько причин, главная из которых состояла в том, что Некрасов не воспринимал Пыпина как нужного ему сотрудника, зная о его твердом намерении «идти по ученой части». Академический стиль рецензий Пыпина был скучен Некрасову, «Современник» же нуждался в критически заостренных материалах.

К этому времени относится и первое известное высказывание Пыпина о поэзии Некрасова, связанное с выходом сборника стихов 1856 г. В письме к Чернышевскому от 12 июля 1857 г. он восторженно писал: «Когда увидишься с Некрасовым, передай ему мое глубочайшее почтение и от моего лица, и за много других лиц поблагодари его за книжку стихотворений, доставляющих истинное наслаждение его читателям <...> стихотворения Некрасова списывают целой книгой, за недостатком печатного издания, и за переписку установилась уже известная постоянная цена: так бывало только с Пушкиным и Лермонтовым. ... Да! теперь Некрасов единственный поэт, которого может слушать порядочная публика...» [10, л. 171] В приведенном отрывке обращает на себя внимание и выражение глубоко личного уважения к Некрасову, и восхваление его поэтического таланта, сравнение популярности его поэзии с наследием Пушкина и Лермонтова.

В январе 1858 г. от Министерства народного просвещения Пыпин был отправлен в двухлетнюю командировку по европейским странам. Это событие изменило как положение ученого в журнале, так и характер его публикаций. «Современнику» были необходимы живые корреспонденции, освещавшие

общественно-политическую жизнь Запада, и нахождение там Пыпина могло решить эту проблему. Прямых свидетельств тому, что между Некрасовым и Пыпиным обсуждался вопрос о продолжении его деятельности в «Современнике» в качестве собственного корреспондента нет. Однако косвенно на это указывает письмо Чернышевского родителям Пыпина от 19 августа 1858 г., в котором он сообщал, что содержания от Министерства просвещения на поездку их сын получает достаточно и добавляет: «а если бы и понадобилось ему больше денег, нежели дает университет, он всегда может получить, сколько ему будет нужно, от “Современника”» [6, с. 362]. Безусловно, эта финансовая обеспеченность поездки была оговорена с Некрасовым, который, как свидетельствовал Пыпин, был «главный хозяин... в журнале» [11, с. 36].

Для «Современника» ученый напишет ряд путевых очерков: «Два месяца в Праге» (март-апрель 1859), «Из Флоренции» (октябрь 1859), «Из Венеции» (декабрь 1859), «Из Праги» (февраль 1860), которые знакомили читателей с разными сторонами европейской жизни. И хотя прямого сопоставления с российской действительностью в них не было, но скрытая параллель улавливалась.

Находясь в Чехии, в декабре 1858 г. Пыпин пишет для «Журнала Чешского королевского музея» («Časopis Musea Království Českého») статью «Письма о русской литературе», где освещает основные тенденции развития современной русской литературы. Публикация любопытна и тем, что в ней впервые даются публичные оценки Пыпиным поэзии Некрасова. В его восприятии Некрасов представлен как поэт «гонимых и угнетенных» [12, с. 247], в творчестве которого «сильно и поэтически высказывается ненависть против угнетения и неправды» [12, с. 248]. Эта общественная идейность его лирики, уверен ученый, сделала Некрасова выразителем дум молодого поколения [12, с. 249]. Характерно, что в своей оценке творчества поэта он перекликается с демократической критикой Чернышевского. В этой связи собственно художественная сторона творчества поэта оказывается вне внимания Пыпина. Показательно обобщение, к которому приходит ученый, относя поэзию Некрасова к «сумрачному направлению» [12, с. 248]. Истоки этого Пыпин усматривает в «суровой судьбе его собственной жизни», «тяжелых испытаниях» [12, с. 248], которые оказали влияние на внутренний мир поэта.

Впоследствии ученый будет говорить о необходимости учитывать эту биографическую основу не только для понимания творчества поэта, но и его личности. Так, в воспоминаниях о Некрасове он писал: «В первые годы знакомства и сложились мои представления о Некрасове; потом они мало изменились. Многое в этом характере не давало нравственного удовлетворения; но в общем счете и по силе благо-

приятных впечатлений, в моих впечатлениях скорее преобладали и преобладают симпатии» [5, с. 212]. В этой емкой характеристике отмечена противоречивость личности поэта. Пыпин высоко ценил заслуги Некрасова как поэта и редактора «Современника», и даже его нравственные недостатки, о которых упоминает, но не называет, оправдывал условиями времени, в котором ему пришлось действовать, влиянием среды: «Известны рассказы о том, как он бедствовал, когда беспомощным юношей приехал в Петербург <...> Но в молодом человеке, так тяжело испытываемым судьбою, жило тем не менее решение не покоряться этой судьбе, приобреталось реальное знание жизни; закалялся сильный характер; но вместе с тем он и грубел...» [5, с. 214]

Тесного общения Пыпина с Некрасовым в 1850-е годы не произошло, хотя, по признанию ученого: «Мне нередко случалось бывать в ближайшем кружке, который собирался у Некрасова за его обедами или ужинами» [5, с. 208]. Интересны пыпинские характеристики членов этого кружка. Так, по его мнению, «самым сильным по таланту и самым крупным по литературному значению был Тургенев; по уму и общественному пониманию едва ли не превосходил всех Некрасов» [5, с. 218].

Центральным событием конца 1850-х гг. стал раскол в редакции «Современника». Пыпин не был его непосредственным участником или наблюдателем ввиду отсутствия в 1858–1860 гг. в России. Однако в своих работах неоднократно будет возвращаться к его осмыслению. Фактографическим материалом конфликта для него выступали свидетельства его участников и очевидцев, которые стали активно публиковаться в 1880-е гг. В январе 1882 г. он сам обращается к Чернышевскому с просьбой написать воспоминания о Некрасове: «Ты бывал с ним более близок, чем я, без сомнения, больше всматривался в его характер, знал его разные стороны и подробности...» [3, с. 196–197]. Чернышевский откликнулся на просьбу Пыпина, в том числе высказав свое мнение относительно «столкновений» внутри редакции «Современника». Отметим, что воспоминаниям современников Пыпин придавал значимость исторического источника. Именно эти материалы и привели его к определенным выводам относительно сути конфликта в «Современнике» и роли в нем Некрасова.

В «Нескольких воспоминаниях», вошедших в работу «Некрасов», Пыпин отмечает организаторские способности редактора «Современника», его стратегическое мышление, проявившееся как в «комбинации» с «обязательным соглашением» ведущих писателей, так и с выбором, сделанным им в пользу Чернышевского и Добролюбова. По мнению ученого, Некрасов ранее своих «литературных друзей» уловил веяния нового времени. По возвращении из-за границы в 1856 и 1857-м гг. Некрасов, пишет Пыпин, «увидел значительную перемену в настроении целого

общества, именно в том самом направлении, к которому уже раньше клонились интересы Н. Г. <Чернышевского.— Е. С.>» [5, 160–161]. Поэтому редакционный конфликт в «Современнике» в представлении Пыпина был вызван не столько сменой поколений, сколько проявлением литературной борьбы на фоне изменяющихся общественных отношений. «На мой взгляд,— писал он в статье «Об упадке современной критики»,— это был скорее разлад личный,— разница людей, из которых одни, уже прошедшие известную деятельность, были «искушены опытом», отчасти утомлены им, и оттого менее восприимчивы или более недоверчивы к новым явлениям жизни; другие, только начинавшие свою деятельность, напротив, отдавались ей с увлечением живого убеждения, и этому увлечению дал обильную пищу новый начавшийся период общественности» [13, 410]. При этом ученый решительно отвергал обвинения в коммерческом расчете, личной выгоде, которыми при этом руководствовался Некрасов: «На него посыпались бесконечные укоризны — в журнальной афере, ради которой он будто бы бросил прежних друзей, променяв их на новых сотрудников, которые, по его расчету, были выгоднее...» [11, с. 43]. По мнению Пыпина, выгода, на которую рассчитывал сам писатель, была вовсе не личной, а носила практическую пользу для «Современника».

В начале 1860-х гг. Пыпин продолжил свое сотрудничество с «Современником», однако его отношения с Некрасовым не имели развития, поскольку интересы Пыпина были сосредоточены на преподавательской работе в университете, и последовавшей в августе — октябре 1862 г. второй поездке в Европу.

Таким образом, изучение мемуарных источников Пыпина выводит на широкий круг вопросов: биографических, литературоведческих, исторических. Их анализ показал, что интерес Пыпина к Некрасову начал формироваться с момента их знакомства. Уже в этот период в восприятии Пыпина Некрасов был человеком со сложным характером, талантливым издателем, неоднократно оказывавшим поддержку молодым сотрудникам «Современника». С юности Пыпин ценил поэзию Некрасова, отождествляя мотивы и тематику его творчества с биографией поэта.

Саратовский национальный исследовательский государственный университета имени Н. Г. Чернышевского
Степанова Е. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры начального языкового и литературного образования

E-mail: ste-jelena@yandex.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Евгеньев-Максимов В. Е. Последние годы «Современника». 1863–1866 / В. Е. Евгеньев-Максимов.— Л.: Художественная литература.— 344 с.
2. Краснов Г. В. Статья А. Н. Пыпина о расколе редакции «Современника» / Г. В. Краснов // Известия АН СССР Серия литературы и языка.— 1973, вып. 2, т. XXXII — С. 154–162.
3. Озерянский А. С. Александр Николаевич Пыпин (к биографии ученого) / А. С. Озерянский // А. Н. Пыпин. Материалы к биографии / Сост.: А. С. Озерянский, Е. В. Степанова.— Саратов: Амирит, 2017.— С. 4–94.
4. Демченко А. А. Н. Г. Чернышевский. Научная биография. 1859–1889 / А. А. Демченко.— М.: РОССПЭН — 687 с.
5. Пыпин А. Н. Несколько воспоминаний // Пыпин А. Н. Мои заметки.— Саратов: Соотечественник, 1996.— С. 208–250.
6. Чернышевский Н. Г. Полн. собр. соч. в 15 тт. / Н. Г. Чернышевский.— Т. 14.— М.: Государственное издательство художественной литературы, 1949.— 650 с.
7. Письмо А. Н. Пыпина Н. Г. Чернышевскому от 30 июля 1854 г. Копия В. А. Пыпиной // Муниципальное учреждение культуры «Музей-усадьба Н. Г. Чернышевского» (далее МНГЧ). Основной фонд (далее ОФ) № 3710/1. Л. 1.
8. Боград В. Э. Журнал «Современник» 1847–1866: Указатель содержания / В. Боград.— М.; Л.: Гос. изд-во худож. лит., 1959.— 825 с.
9. Гонорарные ведомости «Современника» / Вст. ст. и прим. Рейсера С. А. // Литературное наследство. / Акад. наук СССР, Ин-т литературы, Пушкинский дом. Т. 53–54.— М.: [б.и.], 1949.— С. 229–288.
10. Пыпина В. А. К биографии А. Н. Пыпина / В. А. Пыпина // МНГЧ. ОФ. № 3915.
11. Пыпин А. Н. Н. А. Некрасов / А. Н. Пыпин.— СПб.: Тип. М. М. Стасюлевича, 1905.— 321 с.
12. Письма А. Н. Пыпина о русской литературе в чешском журнале / публ. К. И. Ровды // Литературные связи славянских народов. Исследования. Публикации. Библиография / под. ред. В. Н. Баскакова.— Л.: Наука, 1988.— С. 237–273.
13. Пыпин А. Н. Об упадке современной критики / А. Н. Пыпин // Вестник Европы.— 1876.— Т. 57.— № 5.— С. 410–429.

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

Stepanova E. V., Ph.D. in Philology, Assistant Professor of primary language and literary education

E-mail: ste-jelena@yandex.ru

ОБРАЗ ЮРОДИВОГО В РАССКАЗЕ ПРОТОИЕРЕЯ НИКОЛАЯ АГАФОНОВА «ЮРОДИВЫЙ ГРИШКА»

Е. Л. Сузрюкова

Новосибирская православная духовная семинария

Поступила в редакцию 29 июня 2023 г.

Аннотация: *Статья посвящена исследованию семантики и сюжетной роли образа юродивого в рассказе протоиерея Николая Агафонова «Юродивый Гришка». Анализируются особенности именования персонажа и выявляются основные характеристики образа юродивого в тексте писателя: странничество, устремленность к горнему миру, духовное зрение, молитвенное общение с Богом.*

Ключевые слова: *православная художественная проза, протоиерей Николай Агафонов, рассказ, юродивый, мотив, семантика.*

Summary: *The article analyzes semantics and narrative role of the image of the holy fool in Protoiereus Nikolay Agafonov's short story Grishka the Holy Fool. Particulars of the characters' naming are analyzed, and the main characteristics of the holy fool's image in the text, such as pilgrimage, strive for the heavenly world, spiritual sight, communion with God through prayers, are identified.*

Key words: *Orthodox fiction, archpriest Nikolai Agafonov, story, holy fool, motif, semantics.*

В словаре В. М. Живова юродство определено как «облик безумия, принимаемый ради “поругания миру”, радикального отвержения ценностей мирской жизни и служения Христу через свидетельство о внеположности Христова пути мирской мудрости и мирскому величию» [1, 106]. А. Н. Ильин сопоставляет разум и безумие юродства с точки зрения полноты видения реальности: «<...> Безумие юродивого — это «все во всем», рассудок — это «часть всего», причем часть, которая претендует на некоторую оторванность от всего, отход от всего, некоторое отчуждение. Так отчуждающе действует разум на воспринимаемые им вещи и понятия» [2, 222].

Как замечает С. П. Гурин, «юродивый не столько ругает и осмеивает этот мир, сколько показывает мир другой — настоящий, подлинный, истинный, тот, по отношению к которому наш мир является перевернутым миром или антимиром»¹ [3, 169–170]. Противопоставление святого и мирского предельно обострено в юродстве. С. П. Гурин указывает, что «юродивый не только призывает к покаянию, он требует от человека полной перемены мышления и поведения» [3, 167]. Свидетельствуя о святости, юродивый дает возможность тем, кто оказался с ним

рядом, обратиться и приобщиться к Богу, отказаться от жизни по законам мира сего, увидеть духовную реальность. И. А. Есаулов пишет, что «юродивый своим поведением утверждает высшую субстанциальность — Божественную волю» [5, 162]. При этом подвижник, взявший на себя крест именно такого служения, «<...> отвергает внешний облик достоинства и душевного спокойствия, вызывающий уважение, и предпочитает казаться несчастным, ущербленным существом, заслуживающим насмешек и даже насилия» [6, 239]. Священник Иоанн Ковалевский отмечает необыкновенную высоту этого подвига: «Юродство о Христе — один из труднейших и великих подвигов христианского благочестия, какие из любви к Богу и ближним принимали на себя особенные ревнители благочестия» [7, 2]. Труднейший это подвиг потому, что требует величайшего смирения, позволяющего переносить любые искушения и не впадать при этом в грех. По мнению Г. П. Федотова, в унижении юродивого «раскрывается, и здесь самая глубокая печать русской святости, — образ униженного Христа» [8, 216]. Совершается же подвиг юродства ради того, чтобы, по словам И. А. Есаулова, «воскресить к будущей жизни этот умерший в грехах мир» [5, 163–164].

Примечательно, что в названии первой книги протоиерея Николая Агафонова есть слово «юродство»: «Неприкаянное юродство простых историй»² (Самара, 2002). В данном случае это слово употребляется в переносном смысле, в значении видимой алогичности,

¹ Ср. с высказыванием Б. А. Успенского об антиповедении юродивого: «Поведение юродивого насквозь проникнуто дидактическим содержанием и связано прежде всего с отрицанием грешного мира — мира, где нарушен порядок» [4, 469].

² См. статью О. Орловой «Над его рассказами все плакали. Памяти протоиерея-писателя Николая Агафонова († 17 июня 2019 г.)» [9].

нелепости происходящего³. Тем не менее, за внешней бессвязностью и нелепостью «случайностей», из которых складывается жизнь, в произведениях писателя отчетливо проступает идея Промысла Божия, ведущего человека ко спасению. Это созвучно тому, в каком контексте употребляется слово «юродство» в Священном Писании. Дважды оно звучит в Первом Послании св. апостола Павла к Коринфянам: «Ибо слово о кресте для погибающих юродство есть, а для нас, спасаемых, — сила Божия» (1 Кор. 1: 18); «Ибо когда мир своею мудростью не познал Бога в премудрости Божией, то благоугодно было Богу юродством проповеди спасти верующих» (1 Кор. 1: 21). Первая из приведенных цитат представляет собой проповедь креста Христова, т.е. слово об искупительном страдании Господа и Его смерти с последующим воскресением, что для неверующих кажется безумием, «юродством». Во второй цитате речь идет о невозможности для людей, отягощенных грехом, познать Бога и о необходимости без опоры на мирскую мудрость именно верой принять слово о Христе, Его крестных страданиях и воскресении⁴. Мирской мудрости в заглавии первого сборника рассказов протоиерея Николая Агафонова противопоставлено не только юродство, но и простота, что семантически созвучно самой евангельской проповеди: «Евангелие есть истинная мудрость, но оно является в совершенно простой форме, поэтому и вмещают его только те, которые не опутаны человеческою мудростию; принимая же его в сердечной простоте, они становятся мудрее мудрецов» [12, 286] (свт. Феофан За-

³ Л. Ильюнина интерпретирует название этого сборника рассказов так: «Название для книги подобрано очень удачно, — вся наша жизнь, не придуманная, не прикрытая зачастую наигранным благочестием, а именно простая жизнь, — является неприкаянным юродством. Такая она у ученых с мировым именем, и у архиереев, у бизнесменов, у молодых монахов, у тиранов, владевших всем миром, и у самых последних нищих, — героев рассказов отца Николая. Но именно в этом юродстве и светится правда Божия» [10].

⁴ Ср. с толкованием свт. Феофана Затворника на этот стих: «Велико небо и необъятна земля; подивись же Творцу их, ибо это великое небо не только Им сотворено, но и сотворено легко, и эта необъятная земля произведена Им, как ничто. Посему о первом сказано: *дела руку Твою суть небеса* (Пс. 101, 26); а о земле: *сотвори землю, аки ничтоже* (Ис. 40, 23). Так как мир не хотел познать Бога посредством этой премудрости, то Он научил мнимым буйством проповеди, не чрез суждения (соображения ума), а чрез веру. Где премудрость Божия, там нет нужды в человеческой. Ибо сказать, что Существо, сотворившее столь прекрасный и столь великий мир, есть Бог, имеющий беспредельную и неизреченную силу, это было делом суждений (соображений) человеческой мудрости и значило постигать Его посредством них; но теперь нужны не суждения, а одна вера» [11].

творник). Юродство в своей простоте, таким образом, зримо являет миру евангельскую духовную мудрость.

Юродивый как персонаж появляется в рассказе протоиерея Николая Агафонова «Юродивый Гришка» (2002–2003), в котором, помимо всего прочего, «речь идет о теме духовной эволюции человека постсоветской и постперестроечной эпох, стремлении его к Творцу <...>» [13, 362]. В тексте имя героя дается и из его прежней жизни, когда он еще не был юродивым, — Григорий Александрович Загорин⁵. Номинация, которую использует сам персонаж по отношению к себе, содержит уничижительную коннотацию, выраженную суффиксом -к- — «Гришка». Юродивый произносит: «Григорий Александрович помер. <...> Это я его убил» [14, 482]. Такая ситуация напоминает отчасти то, что произошло со св. блаж. Ксенией Петербургской, говорившей о своей смерти и о том, что муж ее жив. В рассказе протоиерея Н. Агафонова имя героя остается прежним, но теперь оно используется в сокращенном виде, с семантическим оттенком пренебрежения. В выстраиваемом автором сюжете рассказа этот смысл имени соотносим с понятием смирения, которым наделен юродивый герой. Мотив смерти отсылает, на наш взгляд, к распространенному в аскетической литературе представлению о «ветхом человеке», т.е. человеке в его падшем, греховном состоянии, который должен быть умерщвлен ради жизни «нового человека», следующего заповедям Христовым⁶. У героя протоиерея Н. Агафонова есть краткая предыстория: «раньше он был учителем литературы <...>. <...> В школе поговаривали, что он на Достоевском свихнулся, стал ученикам на уроках о Боге, о бесах говорить. За уклонение от школьной программы его в горно вызвали на разбор, а он и ляпнул им, что Гоголь с Достоевским беса гнали, а тот взял да во Льва Толстого вселился, а от него на Маяковского и других советских писателей перекинулся. Ну, ясное дело, его в «психушку» направили. Выйдя оттуда, он странничает по храмам» [14, 474–475]. Эта история имеет параллель с тем, что произошло с Иваном Яковлевичем Корейшей, знаменитым юродивым XIX в.: как пишет А. Ф. Киреев, он, окончив Духовную Академию, определился в качестве учителя в Духовное училище. Затем стал притворяться сумасшедшим, впоследствии же был

⁵ Обратим внимание на созвучие фамилии персонажа — Загорин — с названием Сергиева Посада, одного из центров православия на русской земле, в советское время — Загорск.

⁶ Так, святитель Феофан Затворник пишет: «Под новым и ветхим человеком разумеется нравственно-религиозный характер человека, а не лица какие особые от человека. Человек один, но то он живет в самоугодии и страстях, то он посвящает себя Богу и всем Богу угождать ревнует. В первом случае он ветхий, во втором — новый человек» [15, 335–336].

помещен в дом для умалишенных, откуда, в отличие от героя протоиерея Николая Агафонова, уже не вышел, но духовно поддерживал многих людей, приходивших к нему за душевспасительным советом [16].

В рассказе Н. В. Агафонова «Юродивый Гришка» центральный герой, живущий в период духовного возрождения России, когда стали открываться и восстанавливаться храмы и монастыри (90-е гг. XX в. или нулевые ХХIв.), называет друзьями ангелов-хранителей. Перед отправлением в путь он говорит регенту Алексею: «Вот теперь пойдем все вчетвером» [14, 485], имея в виду ангелов-хранителей.

В рассказе современного нам прозаика есть рефлексия рассказчика, регента Алексея Пономарева, по поводу феномена юродства: «Мой разум отказывался воспринимать подвиг юродства. Казалось, что этот вид святости — вне учения Нового Завета. Преподобные, святители, мученики, на мой взгляд, несомненно, являлись ярким свидетельством исполнения заповедей Господа и подражанием какой-то стороне Его служения, а юродство — что?» [14, 473]. В постепенном развертывании сюжета дается ответ на волнующий регента вопрос.

Рассказчик встречается с человеком, которого он сначала принимает за сумасшедшего. Вот что говорит он о юродивом: «Не поворачивая ко мне головы, широко перекрестившись, громко воскликнул: «Верую двенадцатому стиху псалма». Потом повернулся ко мне, осклабившись в какой-то дурацкой улыбке, сквозь зубы засмеялся: «Гы-гы-гы», — и, уткнувшись опять в свою книгу, быстро зашагал дальше. Растерявшись от такой выходки, я с недоумением долго смотрел ему вслед, пока он не скрылся за поворотом. «Сумасшедший какой-то», — подумал я и направился домой» [14, 472]. Следующая встреча подтверждает это мнение: «<...> я с высоты хоров увидел, как в храм зашел тот ненормальный босоногий человек. Он подошел к ближайшему подсвечнику, взяв с него только что поставленную горящую свечу, стал обходить с ней по периметру храма все иконы. Перед каждой иконой он останавливался по стойке «смирно», правой рукой с горящей свечой крестом осенял икону, затем четко, как солдат, поворачивался кругом и осенял горящей свечой пространство перед собой. Такие манипуляции он проделал перед каждой иконой, затем затушил свечу, сунул в карман своего пиджака. Эти странные действия со свечой подтвердили мое мнение о том, что передо мной — больной человек» [14, 473–474]. Однако, столкнувшись впоследствии с прозорливостью Гришки, регент Алексей уже не так уверен в своей оценке этого человека: «Либо это чистая случайность, совпадение, — подумал я, — либо действительно Гришка обладает даром прозорливости, как о нем и говорят в народе» [14, 476]. Сюжет рассказа, таким образом, в значительной мере выстраивается как расследование, которое «ведет» рассказчик. Выслушав свидетельство отца Михаила Баженова, настоятеля храма в селе Об-

разово, самого бедного в епархии, у которого Гришка проводил зиму, регент Алексей убеждается, что Гришка — действительно подвижник.

В рассказе постепенно раскрываются разные грани подвига юродства. Юродство здесь — и дар прозорливости, и жертвенное служение ближнему, готовность отдать самое дорогое ради его спасения, и духовное зрение, видение того, что сокрыто от обычного взгляда. Рассказчик поражен контрастом между смехом юродивого и скорбью в его глазах⁷, сопровождающей смех⁸: «Когда он смеялся, я внимательно смотрел на него, и меня поразило, что в его глазах я не увидел веселья, которое должно было, по сути, сопровождать смех. Нет, в глазах его была печаль, даже я бы сказал — какая-то скорбь. И тогда я вдруг понял, что это не смех слабоумного человека, а рыдания того, кто видит страшную наготу действительности, сокрытую от “мудрых века сего”» [14, 483]. Молитва Гришки, как он сам себя называет, спасает Алексея от смерти: «Нет, возьми вместо него меня, <...> ему еще рано, а я уж давно жду. Нет, так нельзя, Гришку возьми, а Леху оставь. Лешку оставь, а меня возьми вместо него» [14, 489]. Это прошение исполняется. Жизненный путь Гришки в тексте завершается его физической смертью, а затем посмертным истолкованием сказанного юродивым в начале рассказа пророчества, которое постигает Алексей.

Заметим, что Гришка в своей речи иногда использует рифму. Это характерно для речи юродивых, с точки зрения А. М. Панченко: «Рифма должна была подчеркнуть особенность высказываний юродивых, отличие их от косной речи толпы, мистический характер пророчеств и укоризн» [19, 123]. Вот примеры в тексте: «Мы с Лешкой только одну молитву знаем, — при этом он загадочно глянул на меня, — «Помилуй мя, Боже, на боку лежа», вот и все. Правда, Леха?» [14, 476]. «Копай-копай, Мишка, найдешь золотишко» [14, 480]; «Ужин мне не нужен <...>» [14, 480]. Эта речевая специфика выделяет Гришку среди других персонажей рассказа.

Юродивый Гришка в рассказе протоиерея Николая Агафонова, приняв крест подвижничества во время господства советской власти, добровольно идет на страдания. Он свидетельствует о вере и готов отстаивать ее при любых, самых трудных обстоятельствах. С юродивым в рассказе прозаика связан мотив чуда. Это и нахождение святого источника возле

⁷ Ср. с рассуждением О. А. Туминской о молитве юродивого: «Самая пронзительная нота в обращении юродивого ко Господу — голос правды, боль страдальца, безмолвный крик, одиночная «чаша страданий», сравнимая с последней молитвой Иисуса в Гефсимании» [17, 121].

⁸ Е. А. Щепалина так говорит о специфике смеховой культуры в юродстве: «“смешно” юродство только с “внешней” стороны»: смех блаженного должен перейти в плач над смешным» [18, 21].

храма, и видение прошлого, и прозрение грядущего, и спасение жизни регента Алексия.

Гришка — единственный из персонажей, чья смерть показана в произведении. Он знает о своей смерти, что говорит о включении традиционно житийного мотива в повествование, умирает же после посещения богослужения и участия в Таинстве Евхаристии. Его смерть — и жертва за ближнего (он вымолил у Бога смерть себе вместо больного регента), и радостный переход к Богу, в вечную, нетленную жизнь.

Герой протоиерея Николая Агафонова живет в конце XX — начале XXI вв., в новый исторический период развития России. Образ юродивого свидетельствует о том, что идеал святости сохранился и в постсоветскую эпоху в национальном сознании русского человека⁹.

ЛИТЕРАТУРА

1. Живов, В. М. Святость. Краткий словарь агиографических терминов. М.: Гнозис, 1994, 112с.
2. Ильин, А. Н. Мнимое безумие как особенность православной религиозности // Наука, общество, культура: проблемы и перспективы взаимодействия в современном мире. Монография. Под общей редакцией И. И. Ивановской. Петрозаводск, 2020. С. 213–224.
3. Гурин, С. П. Феномен юродства. Обзор литературы советского периода // Труды Саратовской православной духовной семинарии. Выпуск XIV. Саратов, 2020. С. 156–182.
4. Успенский, Б. А. Избр. тр. Т. I. Семиотика истории. Семиотика культуры. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996, 608с.
5. Есаулов, И. А. Пасхальность русской словесности. М.: Кругъ, 2004, 560с.
6. Иоанн (Кологривов), иером. Очерки по истории русской святости. Siracusa: Editrice «ISTINA», 1991, 424с.
7. Ковалевский, И., священник. Юродство о Христе и Христа ради юродивые восточной русской церкви: исторический

⁹ Есть ряд исследовательских работ, посвященных анализу и интерпретации образа юродивого в современной литературе. См. монографию И. А. Казанцевой, С. П. Бельчевичен «Православные ценности в русской прозе XX — XXI вв.», в которой, в частности, рассматриваются произведения современных писателей В. Крупина «Русские Святые» и Ю. Рябиной «Русское юродство», где «воссоздаются образы святых, взявших на себя подвиг юродства» [20, 83]; статью А. П. Котовой «Образ юродивого в романе Е. Г. Водолазкина «Лавр»: литературная традиция и трансформация» [21] и др.

очерк и жития сих подвижников благочестия. Репринт. воспроизв. изд. 1902. М.: РППО «Союзбланкоиздат», 1991. 298с.

8. Федотов, Г. П. Святые Древней Руси. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003, 700с.
9. Орлова, О. «Над его рассказами все плакали. Памяти протоиерея-писателя Николая Агафонова († 17 июня 2019 г.). // Режим доступа: <https://pravoslavie.ru/122034.html> (дата обращения: 08.06.2023).
10. Ильюнина, Л. «Неприкаянное юродство простых историй». Сборник рассказов священника Николая Агафонова. // Режим доступа: https://ruskline.ru/analitika/2004/06/15/neprikayannoe_yurodstvo_prostyh_istorij/ (дата обращения: 08.06.2023).
11. Толкования на 1 Кор. 1:21 // Режим доступа: <https://bible.optina.ru/new:1kor:01:21> (дата обращения: 08.06.2023).
12. Толковый Апостол: Послания апостола Павла, изъясненные святителем Феофаном Затворником: В 2 тт. Т. 1. М.: Правило веры, 2015, 880с.
13. Леонов, И.С., Вальчак, Д. Мотив иконы в повести протоиерея Николая Агафонова «Стояние» // Проблемы исторической поэтики. Петрозаводск, 2022. Т. 20. № 1. С. 360–377.
14. Агафонов, Н., прот. Отшельник поневоле: рассказы. М.: Издательство Сретенского монастыря, 2009, 656с.
15. Толкование послания святого апостола Павла к ефесеям епископа Феофана. Репринтное издание. М.: Московский Сретенский монастырь. Паломник. Правило веры, 1998, 500 с.
16. Киреев, А. Ф. Юродивый Иван Яковлевич Корейш / Сост. А. Ф. Киреев. — М.: тип. И. Я. Полякова, 1894, 95 с.
17. Туминская, О. А. Образ юродивого во Христе в русском искусстве конца XV — начала XX века. Дис. на соиск. уч.ст. доктора искусствоведения. СПб., 2014, 648с.
18. Щепалина, Е. А. Юродство Христа ради как особый подвиг в художественном мире С. Н. Дурылина // Поволжский вестник науки. Тольятти, 2021. № 2 (20). С. 21–24.
19. Лихачев, Д.С., Панченко, А.М. «Смеховой мир» Древней Руси. Л.: Издательство «Наука», Ленинградское отделение, 1976, 204с.
20. Казанцева И. А., Бельчевичен С. П. Православные ценности в русской прозе XX–XXI вв. Тверь: Тверской государственный университет, 2016. Ч. 1. 188 с.
21. Котова, А. П. Образ юродивого в романе Е. Г. Водолазкина «Лавр»: литературная традиция и трансформация // Культурные коды русской литературы: материалы Всероссийской (с международным участием) очно-заочной научно-практической конференции, посвященной 60-летию филологического факультета Башкирского государственного университета. Уфа, 2017. С. 229–238.

Новосибирская православная духовная семинария
Сузрюкова Е. Л., кандидат филологических наук, доцент
кафедры гуманитарных дисциплин
E-mail: sellns@mail.ru

Novosibirsk Orthodox Theological Seminary
Suzryukova E. L., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Humanitarian Disciplines Department
E-mail: sellns@mail.ru

«ВОСТОК В МИНИАТЮРЕ» А. МИЦКЕВИЧА В ПЕРЕВОДАХ И. БУНИНА

Аль-Рубаиави Хуссейн Шайяль Аджлан, О. Ю. Алейников

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 7 октября 2023 г.

Аннотация: в статье предпринимается анализ творческих стратегий И. Бунина, реализованных в его переводах «Крымских сонетов» А. Мицкевича. Исследователи выясняют специфику восприятия в разные литературные эпохи исторических, географических и этнокультурных составляющих «Востока в миниатюре» — так называл польский поэт цикл своих произведений о легендарном полуострове. Авторы работы выявляют несовпадения в восприятии реалий мусульманского мира И. Буниным и А. Мицкевичем, вызванные разным отношением поэтов к традициям «восточного стиля».

Ключевые слова: И. Бунин, А. Мицкевич, «Крымские сонеты», перевод, мусульманский Восток, культурные традиции.

Abstract: the article contains the analysis of Ivan Bunin's creative strategies implemented in his translations of Adam Mickiewicz's «Crimean Sonnets». Researchers are finding out the specifics of perception in different epochs of historical, geographical and ethno-cultural components of the «East in miniature» — this is how the Polish poet called his cycle of works about the legendary peninsula. The authors of the work reveal discrepancies in the perception of the realities of the Muslim world by Ivan Bunin and Adam Mickiewicz caused by the different attitude of the poets to the «Oriental style» traditions.

Key words: Ivan Bunin, Adam Mickiewicz, «Crimean Sonnets», translation, Muslim East, cultural traditions.

«Крымские сонеты», впервые опубликованные в Москве через год после восстания декабристов на польском языке, многими воспринимались как политическое иносказание, позволяющее на примере «Востока в миниатюре» (выражение А. Мицкевича) проводить параллели между императорской Россией и Османской империей. Однако из 18 произведений, входящих в цикл польского поэта, И. Бунин перевел лишь три сонета: «Аккерманские степи», «Чатырдаг», «Алушта ночью».

В этом выборе была определенная логика, обусловленная интересом русского поэта к мусульманскому Крыму, специфике инонациональной жизни, а не к политическим аллюзиям. Одной из них была *lampa Akermani* («лампа Аккермана») — так польский поэт назвал маяк, светящийся на Западе, за Днестром, и дающий надежду путникам, заблудившимся во тьме окружающей российской действительности (за Днестром ко времени создания «Крымских сонетов» порабощенные Портой народы обрели свободу).

Работая над переводами, русский поэт приглушил иносказательность «Крымских сонетов». Указанием на место расположения маяка, поставленного «у Аккермана», И. Бунин конкретизировал источник и природу света, послужившего герою А. Мицкевича путеводной «звездой», исключив слишком вольные истолкования этого образа и всего произведения:

Темнеет. Впереди — ни шляха, ни кургана.
Жду путеводных звезд, гляжу на небосклон...
Вон блещет облако, а в нем звезда встает:
То за стальным Днестром маяк у Аккермана [1, 221].

В работе над переводами «из Мицкевича» И. Бунину приходилось преодолевать стереотипы восприятия «Крымских сонетов», однотипные неточности и ошибки [2], допущенные предшественниками по многим причинам, важнейшая из которых содержалась в самом источнике: «романтический Восток А. Мицкевича (как и Гёте, Байрона и Т. Мура) значительно отличался от <...> реального Востока и в характере понимания локального колорита, и в системе отбора образных элементов стиха, и в самой структуре художественного мироощущения» [3, 303].

Многие переводчики в лирическом герое А. Мицкевича видели философа, увлеченного «странничеством духа», и словосочетание «лампа Аккермана» считали возможным изменить на «светильник Аккермана» (пер. А. Майкова), еще чаще — на «лампаду Аккермана». Н. Берг, Н. Семенов, Л. Медведев, использовавшие этот образ, вносили в текст перевода религиозно-символические значения, перекликавшиеся с переводами других сонетов: «Или чуть мрак ночной простер по небесам / Одежду бурую, Аллах зажег лампаду» (пер. Н. Семенова), «В небесных высотах повешена лампада» (пер. Л. Медведева).

Как известно, лампы у мусульман не являются обязательными атрибутами религиозного обряда, знаками обращения к Всевышнему. Но в XIX веке

на эти неточности и противоречия не обращали внимания переводчики, следовавшие принципам так называемого «восточного» стиля, который, по определению Г. Гуковского, «не был точно дифференцирован ни национально, ни географически, ни исторически. Это был “пестрый” и “роскошный” стиль <...> земного идеала страстей и наслаждений, соединенного с бурной воинственностью и неукротимой жаждой воли, которые гражданский романтизм искал в других первобытных культурах» [4, 258], подсылая иноказательные аллюзии и аналогии с современностью.

В начале XX века значительная часть устаревших приемов, как и лексические знаки «восточного стиля», воспринимались достаточно критично. Как отмечал проф. А. Л. Погодин, в сонете «Алушта днем» «смелые сравнения и эпитеты — *кланяется лес и сыплет из майских волос, как из четок халифа, рубины и гранаты* — производили впечатление искусственности» [5, 386]. Строка «*Снешит свершить намаз свой нива золотая,* — в буквальном переводе — *Нива, приветствующая Бога,* — образ христианской поэзии, более близкий “Шестодневу” Василия Великого, нежели арабам» [5, 387].

Двойственность восприятия окружающего мира, ощущаемая в «Крымских сонетах», обусловлена нарочитым несовпадением кругозоров Пилигрима (от лат. peregrinus и нем. pilgrim: «странник») — европейца с автобиографическими чертами польского поэта А. Мицкевича, рожденного в Российской империи, и Мирзы — мусульманина, сопровождающего Пилигрима в его поездке по легендарному полуострову. В издании, вышедшем на польском языке, объяснялось значение таких слов, как *дивы, меджид, минарет, шурфе, муэдзин, изан, Эблис, гяур, намаз, падишах*, многие из которых были известны русскому читателю. Причудливые метафоры, сконструированные польским поэтом и его переводчиками с использованием этой лексики, вносили в изображение природного и географического ландшафта Крыма восточный *couleur locale*, но, построенные в соответствии с коммуникативными моделями, искажающими мироощущение мусульман, вызвали нарекания (а в ряде случаев звучали оскорбительно). А. Щастный, например, посчитал возможным перевести первую строку из сонета о Чатырдаге следующим образом: «*Смиранный муслиман стопу твою лобзает*» [6, 126]. Ту же строку В. Бенедиктов переводил: «*В страхе лобзают пята твою чада Пророка*» [6, 185]. Но у мусульман обнажать пята перед окружающими оскорбительно, а целовать ее недостойно (вспомним, например, что в сказке «Халиф на час» подданные приветствуют повелителя правоверных, целуя перед ним землю, а не ноги).

В «Крымских сонетах» А. Мицкевич использовал слово «мирза» (персидского происхождения) в латинской транскрипции «mirza». Тогда как в России

с XVIII века сложилась практика в художественном тексте использовать слово «мурза», а не «мирза». Но разные транскрипции не меняли главного: у тюркоязычных народов слово «mirza» («мурза»), соединенное с именем, служило титулом, указывающим на высокое положение и / или происхождение человека. Эти этимологии откликаются в распределении коммуникативных ролей между Мирзой и Пилигримом. Стремясь увидеть «Восток в миниатюре», понять его реалии и загадки, Пилигрим обсуждает достопримечательности Крыма со своим проводником. И таким образом выступает не в качестве странника, стремящегося к духовным истинам, а в качестве путешественника, впечатленного историей, необычной природой древней Тавриды и расспрашивающего о них знатока этих мест — Мирзу.

В бунинском переводе сонета о Чатырдаге к величайшей вершине Крымских гор с восхищением и почти священным «трепетом» обращается известный мусульманин, русский поэт отказывается от образа Мирзы:

Склоняюсь с трепетом к стопам твоей твердыни,
Великий Чатырдаг, могучий хан Яйлы.

О, мачта крымских гор! О, минарет Аллы!
До туч вознесся ты в лазурные пустыни [1, 221].

Используя подстрочник, сравним с текстом оригинала:

Drząc muślemin całuje stopy twej opoki [7, 41].

(Дрожа, мусульманин целует стопу твою ноги)

Maszcie krymskiego statku, wielki Czatyrdachu!

(Мачта крымских гор, великий Чатырдаг!)

O minarecie świata! o gór padyszachu! [7, 41].

(О минарет мира, о гор падишах!)

Ty, nad skały poziomu uciekły w obłoki [7, 41].

(Ты над скалами вознесся, устремленный в облака).

Аттестации и сравнения в бунинском переводе отличаются от исходного текста: словосочетание *gór padyszachu* (*гор падишах*) заменяется на *могучий хан Яйлы*. Это переложение мотивируется историческими и географическими реалиями: в течение ряда столетий Крымом непосредственно владели ханы, а не падишахи; Яйлой именовали одно из самых больших по площади высокогорных плато Крымских гор. Словосочетание *minarecie świata* (мира минарет) в переводе И. Бунина приобретает смысл иной, чем в исходном тексте: *минарет Аллы* (т. е. *минарет Аллаха*). Сходным образом переводил *minarecie świata* Д. Минаев: «*Ты с неба созданы прекрасны завет, / Достойны Аллаху с земли минарет!*» [6, 163].

Очевидно, таким образом обыгрывалось старинное поверье о том, что молитвы правоверных быстрее возносятся к Всевышнему, если вершина минарета расположена ближе к небесам. Упоминание об Аллахе (в оригинале оно отсутствует) усиливает ассоциации с молитвой [2]. Однако считать (как иногда предлагается) сонет А. Мицкевича и его переводы

подобием мусульманской молитвы не представляется возможным, так как отсутствует обязательный для этого жанра зачин (такбир).

В произведении, опубликованном на польском языке, упоминается *wysoki Gabryjel* (архангел Гавриил): «*Siedzisz sobie pod bramą niebios, jak wysoki / Gabryjel, pilnujący edeńskiego gmachu* [с. 41]. Включая это образ в состав сравнений, подчеркивающих величие Чатырдага, А. Мицкевич, на наш взгляд, ориентировался на католическую традицию, в том числе на работы живописцев: (*Сидишь себе под небесными вратами, как высокий / Гавриил охраняешь Эдем*). Сидящим «Гавриэлем» изображен, например, на полотне Бернардино Пинтуриккьо «Благовещение» из коллекции Ватикана.

Согласно ортодоксальному христианству, на страже райских врат находятся архистратиг Михаил, преграждающий вход недостойным огненным мечом, и архангел Гавриил, распознающий грехи и добродетели ушедших в мир иной. В переводе И. Бунина образ архангела Гавриила в целом соответствует православной традиции, если принять во внимание, что первые две строки из приведенной ниже цитаты имеют отношение к горному исполину Крыма, а третья входит в состав сравнения:

До туч вознесся ты в лазурные пустыни

И там стоишь один, у врат надзвездных стран,
Как грозный Гавриил у врат святого рая [1, 221].

Следующие затем строки А. Мицкевича, созданные под несомненным влиянием восточного стиля, часто приводили переводчиков в тупик:

Ciemny las twoim płaszczem, a jańczary strachu

Twój turban z chmur haftują błyskawic potoki [7, 41].

Этот замысловатый образный ряд лишь немногие пытались переводить, причем делали это почти буквально: «*Темный лес твой плащ, и янычары ужаса вышивают струями молний твою чалму, сотканную из облаков*» [6, 108] (перевод П. Вяземского); «*И янычары свирепые — молний извивы — / Шьют по чалме твоей, свитой из туч, свой узор*» [6, 185] (перевод В. Бенедиктова).

Для И. Бунина, устранявшего «рудименты» восточного стиля, образный ряд, содержащий свирепых османских воинов, прочерчивавших молниями блестящие потоки на вершине горного исполина, был неприемлем: поэт исключил упоминания янычаров, но значимые характеристики природных «одеяний» Чатырдага в его переводе не расходятся с оригиналом:

Зеленый лес — твой плащ, а тучи — твой тюрбан,

И молнии на нем узоры ткнут, блистая [1, 222].

Смысловый итог произведения, объединяющего историко-географические, природные и метафизические характеристики великого Чатырдага, содержат шесть заключительных строк:

Nam czy słońce dopieka, czyli mgła ocienia

(Палит ли солнце нас, иль покрывает мгла),

Czy sarańcza plon zetnie, czy gjaur pali domu
(Грозит ли саранча, иль жжет гяур дома),
Czatyrdahu, ty zawsze głuchy, nieruchomy,
(Всегда ты, Чатырдаг, и глух, и неподвижен)
Między światem i niebem jak drogman stworzenia,
(Между миром и небом, как драгоман творенья),
Podeślawszy pod nogi ziemię, ludzi, gromy,
(Своим подножием поправ людей и земли)
Słuchasz tylko, co mówi Bóg do przyrodzenia [7, 41].
(Слышишь лишь то, что молвил Бог природе).

После издания «Крымских сонетов» на польском языке в практике переводов обозначились две крайности: выражение *czy gjaur pali domu* (*жжет гяур дома*) Н. Берг пытался заменить эвфемизмом: «*грохнет ли в долинах гром*» [6, 160]; Д. Минаев предлагал слишком вольное переложение: «*в родные ль пределы гяуры впадут, / И дома разграбят, и жен уведут*» [6, 163].

Эти крайности, приводившие к искажению образно-семантических реалий исходного текста, не получили признания. Неуместно воспринималась также попытка Н. Семенова заменять в сонете слово «drogman», происходившее от арабского «тарджман» (переводчик), словом «толмач» (тюркского происхождения), близким по смыслу, но снижающим высокий статус драгомана — тот, кто состоял в этой должности, служил переводчиком при посольствах европейских стран в Крымском ханстве и в Османской империи.

И. Бунин, говоря от имени мусульманина, сохранил в переводе сонета о Чатырдаге реализованные в исходном тексте значения турецких и арабских слов. Их смысл раскрывается русским поэтом с исторической достоверностью и присущей Востоку невозмутимой мудростью:

Печет ли солнце нас, плывет ли мгла, как дым,

Летит ли саранча, иль жжет гяур селенья, —
Ты, Чатырдаг, всегда и нем и недвижим.

Бесстрастный драгоман всемирного творенья,
Поправ весь дольний мир подножием своим,
Ты внемлешь лишь Творца предвечные вельнья! [1, 222].

Образ «бесстрастного» драгомана, стоящего между дольным миром и надзвездными странами, в этой интерпретации призван напоминать о величии Творца, *велений* которого не может ослушаться даже такой величественный и «грозный» исполин Крымских гор, как Чатырдаг.

Работая над переводами, И. Бунин устранял элементы, чужеродные для восточного мировосприятия, или предлагал собственное понимание образов, ситуаций, умонастроений, связанных с мусульманским Востоком. Интересной и показательной нам видится история творческого восприятия поэтом сонета «*Ałuszta w posu*» («Алушта ночью»).

В составе поэтического цикла, опубликованного на польском языке, это произведение предшествует

ет сонету о Чатырдаге, но И. Бунин завершает свои переводы из Мицкевича именно «Алуштой ночью», находя в этом сонете много переключек с «Аккерманскими степями» — произведением, открывающим «Крымские сонеты». Польским поэтом была предложена особая ситуация: по пути на Восток, не находя дороги в причерноморских степях достигнутый тьмой, «Пилигрим» словно «терялся» в пространстве. Оказавшись на Востоке, герой А. Мицкевича вновь предстает перед читателем «заблудившимся» во тьме *Пилигримом*, ищущим утешения в природном мире. В оригинале: *Rzeźwią się wiatry, dzienna wolniej posucha; (Подул уж ветер, день уходит) / Na barki Czatyrdahu spada lampa światów, (На плечи Чатырдага упал светильник мира) / Rozlewa strumienie szkarłatów (разлился алыми струями) I gaśnie. Włedny pielgrzym ogląda się, słucha: [7, 40]. (И гаснет. Заблудившись, Пилигрим оглядывается, слушает).*

В бунинском переводе европеец, увидевший на закате солнца «гаснущий» Чатырдаг, предстает перед читателем в состоянии, близком к испугу:

Повеял ветерок, прохладой лаская.
Светильник мира пал на Чатырдах,
Развеял, расточил багрянец на скалах
И гаснет. Тьма растет, молчанием пугая [1, 245].

Затем следует перемена настроений: *Już góry poczerniały, w dolinach noc głucha, / Źródła szemrzą, jak przez sen, na łożu z bławatów; (Уж горы почернели, в долинах ночь глухая, / Источники журчат во сне, как наяву); Powietrze tchnące wonią, tą muzyką kwiatów, / Mówi do serca głosem tajemnym dla ucha. [с. 40]. (Вдыхаю аромат — ту музыку цветов, что сердце трогает, а слуху недоступна).*

Истома, влекущая в сон, — сильное чувство для того, кто находит на Востоке *ночную песнь цветов, дыханье роз в садах*:

Чернеют гребни гор, в долинах ночь глухая,
Как будто в полусне, журчат ручьи впотьмах;
Ночная песнь цветов — дыханье роз в садах —
Беззвучной музыкой плывет, благоухая. [1, 245].

Тем неожиданней для героя, задремавшего *под крыльями тишины и тьмы (Usypiam pod skrzydłami ciszy i ciemnoty)* [с. 40], становится пробуждение от вспышек метеора, *заливших небо, землю и горы золотым потоком*. В оригинале: *Wtem budzą mię rażące meteoru błyski, / Niebo, ziemię i góry oblat potop złoty! [с. 40].*

Лирический герой, названный А. Мицкевичем Пилигримом (а это имя обязывает к высокому строю дум, чувств и впечатлений), предстает перед читателем человеком, «заблудившимся» не только в поглощенном тьмой пространстве, но и в своих фантазиях. Сверкающий метеорит, разрезающий и отгоняющий мрак ночи, в горизонтах культурных ассоциаций и ожиданий героя оказывается не «звездой пленительного счастья», столь желанной для А. Пушкина и многих русских поэтов-романтиков, а всего лишь по-

добием восточной одалиски, неистоимой на любовные утехы (в оригинале: *Nocy wschodnia! ty nakształt wschodniej odaliski (Ночь восточная! подобна ты восточной одалиске) / Pieszczotami usypiasz, a kiedym snu blizki, / Ty iskrą oka znowu budzisz do pieszczoty [7, 40]. (Ласками усыпляешь, а когда спишь рядом, / ты искрой глаз снова пробуждаешь к ласке).*

И. Бунин отказывается от имени «Пилигрим», вступающего в противоречие в сонетах польского поэта с представлениями о страннике, идущем к духовно значимой цели [8], но конструкцию со словом «одалиска» [9] переводит близко к оригиналу, приглушая откровенность признаний героя:

Ночь! Одалиска ночь! Ты навеваешь сны,
Ты гасишь лаской страсть, но лишь она утихнет —
Твой искрометный взор тотчас же снова вспыхнет! [1, 245].

Несовпадения в восприятии мусульманского Востока И. Бунина и А. Мицкевича были настолько существенны, что уже в 1903 году русский поэт пишет стихотворение «В крымских степях», предлагая свое понимание кросс-культурной проблематики, делясь впечатлениями от заснеженного Крыма:

Синеет снеговой простор,
Померкла степь. Белее снега
Мерцает девственная Вега
Над дальним станом крымских гор.
Уж сумрак пал, как пепел сизый,
Как дым угасшего костра... [1, 262].

Ситуация уходящего во мрак окружающего мира, знакомая читателям по бунинским переводам «Аккерманских степей» и «Алушты ночью», воссоздана в этом стихотворении с противоположными по смыслу аксиологическими акцентами: ни сумрак, ни снег не могут закрыть от лирического героя свет *девственной Веги*, одной из самых ярких звезд на небосклоне. Снежная пустыня и наступающая ночь не вызывают у героя ни страха, ни растерянности, поскольку высоко над степью

... светится багряной ризой
Престол Аллы — Шатер-Гора [1, 262].

И. Бунин использует в стихотворении, отчасти видоизменяя, изобразительные решения и образы, найденные им в работе над переводами сонетов А. Мицкевича: «багрянец на скалах» [1, 245] из переведенного русским поэтом текста «*Ałusztą w posu*» соотносится со светящейся в сумраке «багряной ризой», вместо «*минарета Аллы*» «В крымских степях» появляется «*Престол Аллы*» — образ, существующий в исламской теологии. Считается, что Аль-Арш, престол Всевышнего, является величайшим творением Аллаха: «Престол Его простирается на небесах и на земле, и охранение его не стоит Ему никакого труда. Он всевышний, великий» [10, 35], — говорится в Священной книге мусульман (сура 2, аят 256), с переводом которой в исполнении К. Николаева был знаком И. Бунин.

Поэт итожит стихотворение точным переводом с татарского названия высочайшей вершины Крыма Чатырдага: *Престол Аллы — Шатер-Гора*, проецируя взгляд из метафизического измерения жизни на давно существующие земные имена.

Так состоялось обращение И. Бунина к мусульманскому Востоку, показавшее нежелание русского поэта следовать традициям когда-то модного «восточного» стиля. Бережное отношение к чужой культуре, внимание к духовным составляющим исламской цивилизации, ставшее очевидными в ходе обращения русского поэта к теме мусульманского Востока, получит дальнейшее развитие в его творчестве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бунин И. А. Стихотворения: В 2 т. Т. 1 / Вступ. статья, сост. подг. текста, примеч. Т. М. Двинятиной. — СПб.: Изд-во Пушкинского Дома, Вита Нова, 2014. — 344 с.
2. Жужгина-Аллахвердян Т.Н. И. А. Бунин — переводчик «Крымских сонетов» А. Б. Мицкевича / Т. Н. Жужгина-Аллахвердян // И. А. Бунин и его время: контексты судьбы — история творчества / отв. ред.-сост. Т. М. Двинятина, С. Н. Морозов. — М.: ИМЛИ РАН, 2021. — С. 746–750.
3. Ланда С. С. Примечания // Адам Мицкевич. Сонеты / изд. подгот. С. С. Ланда. — Л.: Наука, 1976. — С. 301–338.
4. Гуковский Г. А. Пушкин и русские романтики /

*Воронежский государственный университет
Аль-Рубаиави Хуссейн Шайяль, аспирант кафедры русской литературы XX XXI веков, теории литературы и гуманитарных наук
E-mail: sarinhussain82@gmail.com*

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

Г. А. Гуковский. — М.: Художественная литература, 1965. — 355 с.

5. Погодин А. Л. Адам Мицкевич. Его жизнь и творчество. Т. 1 / А. Л. Погодин. — М.: Изд. В. М. Саблина, 1912. — 404 с.

6. Сонеты Адама Мицкевича в русской поэзии // Адам Мицкевич. Сонеты / изд. подгот. С. С. Ланда. — Л.: Наука, 1976. — С. 102–222.

7. Мицкевич А. Адам Мицкевич. Сонеты; изд. подготов. С. С. Ланда / А. Мицкевич. — Л.: Наука, 1976. — 342 с.

8. Как установил А. Л. Погодин, в ранней редакции «Крымских сонетов» «вместо пилигрима <...> является просто путешественник (podróźny). Лишь позже, в Москве, в ином уже настроении у поэта складывается взгляд на себя как на странника, идущего к высшей цели, как на “пилигрима”». См.: [5, 372].

9. Одалиска — слово, производное от турецкого odalik — комнатная девушка, горничная, служанка, работающая на женской половине дома знатного мусульманина, принималась европейцами за рабыню, наложницу из гарема султана.

10. Коран, переведенный с арабского на французский Казимирским с примечаниями. С французского перевел К. Николаев. — М.: Издание книгопродавца К. Шамова, 1864. — 468 с.

*Voronezh State University
Al-Rubaiawi Hussein Shayal, Postgraduate Student of the Russian Literature of the XX-XXI centuries, Theory of Literature and Humanities Department
E-mail: sarinhussain82@gmail.com*

*Voronezh State University
Aleinikov O. Yu. — Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian Literature of the XX-XXI centuries, Theory of Literature and Humanities Department
E-mail: oaleinikov@yandex.ru*

ЦИРКУМФИКСАЛЬНЫЕ НАРЕЧИЯ В РУССКОМ ФОЛЬКЛОРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БЫЛИН)

И. П. Черноусова

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

Поступила в редакцию 16 мая 2023 г.

Аннотация: в статье на материале русских былин анализируются циркумфиксальные наречия, образованные от прилагательных, по модели *по-...ски /-ки, по-...ому /-ему*. Специфика семантики таких наречий в тексте былин во многом определяется их функцией: они служат для идеализации былинной картины мира. В большинстве случаев они содержат положительную оценку действий или качеств. Циркумфиксальные наречия, составляющие в русском фольклоре небольшой лексический класс, являются эстетически маркированными лексемами, обогащенными эстетическим «приращением смысла»: в составе фольклорных формул они содержат дополнительные культурные смыслы, отражающие традиционные идеалы и ценности народа. Циркумфиксальные наречия, отмеченные в былинах, могут вступать как в синонимические, так и антонимические отношения. Их изучение представляет научный интерес, ибо способствует лучшему пониманию фольклорно-языковой картины мира.

Ключевые слова: циркумфикс, циркумфиксальные наречия, семантика, «приращение смысла», былинная картина мира, фольклорная формула.

Abstract: based on the material of Russian epic tales, the article investigates circumfix adverbs derived from adjectives according to the *no-...ски /-ки, no-...ому /-ему* pattern. The peculiarity of the semantics of such adverbs in the text of epic tales is largely determined by their function: they serve to idealise the epic tale picture of the world. In most cases, they contain a positive assessment of actions or qualities. Circumfix adverbs as a lexical subclass in Russian folklore are aesthetically marked lexemes enriched with an aesthetic 'increment of meaning': as part of folklore formulas, they contain additional cultural meanings that reflect the traditional ideals and values of the people. Circumfix adverbs registering in epic tales can enter both into the relations of synonymy and antonymy. Their study is of scientific interest since it contributes to a better understanding of the folklore-linguistic picture of the world.

Keywords: circumfix, circumfix adverbs, semantics, 'increment of meaning', epic tale picture of the word, folklore formula.

Былинная картина мира представляет собой идеализированный образ эстетически преобразованного этногосударственного мира, располагавшегося в исторически ограниченном времени и пространстве. Мнение об идеальности эпического мира высказывалось многими учеными: И. А. Оссовецким [12, 75], Б. Н. Путиловым [16, 16; 17, 25], С. Е. Никитиной [9, 139], Е. Б. Артеменко [1, 21], М. А. Венгранович [6, 89] и др. Идеализация фольклорного мира, которую Е. Б. Артеменко считает средством «эффективного воздействия на членов традиционного социума», осуществлялась в двух аспектах — «в плане содержания и в плане выражения фольклорного текста. В рамках первого из них — содержательного — она реализовывалась путем ориентации общества не на мыслившиеся реальными сакрализованные явления прошлого, а на созданные творческой мыслью народа образцы социального поведения, соот-

ветствовавшие канонам патриархального, главным образом, народно-православного мировоззрения... Идеализация плана выражения фольклорной картины мира достигалась преимущественно сообщением устно-поэтическому материалу эстетических свойств» [2, 266–267].

Эстетическая идеализация былинной картины мира создавалась различными изобразительно-выразительными средствами языка (метафорами, метонимией, символами, сравнениями, образным параллелизмом и др.), которые возникли в результате преобразования модального плана реальности в ирреальный план фольклорно-миметического подобию. Среди них особое место занимают **циркумфиксальные наречия** — наречия, образованные от прилагательных, реже — притяжательных местоимений при помощи циркумфикса (лат. *circumfixus* — укрепленный кругом), т.е. аффикса, состоящего из двух частей (префикса и постфикса) и несущего единое значение, по модели *по-...ски /-ки, по-...ому /-ему*. Такие наречия

относятся к разряду определительных со значением сравнения или уподобления. М. А. Бобунова называет их сравнительно-уподобительными [5, 11].

Цель работы — определить специфику семантики циркумфиксальных наречий в русской былине и их роль в создании былинной картины мира.

Материалом для исследования послужили авторитетные собрания былин, записанных Киришешвили Даниловым [8], А. Ф. Гильфердингом [10], А. Марковым [3], П. Н. Рыбниковым [13], Н. Е. Ончуковым [11]. В примерах нами сохраняется орфография и пунктуация источников.

Большинство циркумфиксальных наречий входит в состав фольклорных формул, которые отличаются устойчивостью и повторяемостью, содержат типизированные культурные смыслы, отражающие традиционные ценности народа. Циркумфиксальные наречия в былинах воспринимаются нами как эстетически маркированные лексемы, обогащенные эстетическим «приращением смысла».

В фольклорной формуле, описывающей игру на гусях: «Заиграл в гусельшки яровчатые **по-уныльному** / **по-умильному** / **по-веселому**», циркумфиксальные наречия передают виртуозное мастерство гусяров, умевших создать различные настроения участников почестного пира:

*Повёл он по гусельшкам яровчатым,
Заиграл Добрыня **по уныльнёму**,
По уныльнёму, по умильнёму.
<...> За тым заиграл Добрыня **по весёлому**,—
Стало красно солнышко при вечери,
А стал-то тут почестный пир при весели...
Как вси оны затым росскакалесе,
Как вси оны затым ведь росплясалесе,
А скачут пляшут вси промежу собой...
[10, № 49, 446–447].*

В фольклорной формуле «В палатах / тереме все (сделано) **по-небесному**» циркумфиксальное наречие **по-небесному**, содержащее сравнение с небесным сводом (солнцем, луной и звездами), обозначает высшую степень украшения интерьера:

*В теремы зайдеш златоверхие,
На небе солнце, и в тереме солнце,
На небе зори, и в тереме зори,
Все-то в терему **по небесному**
[13, № 144, 322].
А й как сделал Садке да в своих он полатушках,
А й как обделал в теремах всё да **по небесному**:
А й как на неби пекет да красно уж солнышко,—
В теремах у его пекет да красно солнышко;
А й как на неби светит млад да светёл месяц,—
У его в теремах да млад светёл месяц;
А й как на неби пекут да звезды частыи,—
А у его в теремах пекут да звезды частыи
[10, № 70, 645].*

В фольклорной формуле этикета, описывающей поведение богатыря в помещении, имеющем са-

кральное значение (церкви, белокаменных палатах у князя Владимира, родительском доме, а также в гостях): «Крест кладет **по-писаному**, Молитву творит **по-книжному**, Поклон ведет **по-ученому**», — циркумфиксальные наречия **по-писаному**, **по-книжному**, **по-ученому** имеют значение: правильно, вежливо, по заведенному обычаю, как положено вести себя в конкретной ситуации:

*И крест-от он кладёт да **по-писаному**,
И молитву-ту творит изусть **по-книжному**,
И поклон-от он ведёт да **по-ученому**
[10, № 272, 416].
Входит-то он в церковь в Божий храм,
Крест-от кладет **по-писаному**,
Поклон-от ведет **по-учёному**,
Иконам нерукотворенным поклоняется
[10, № 120, 324].*

Фольклорная формула «Засвистал / свищет **по-соловь-иному** / **-ему**, зашипел / заздыхал / засвистал **по-змеиному**, закричал / кричит / зарыкал **по-звериному**», характеризующая богатыря или Соловья Разбойника, свидетельствует о том, что они знают языки животных, что в свою очередь говорит о посвященности, сакральной отмеченности [14, 230–231], то есть о том, что входит в понятие «жреческий комплекс» в его архаических формах. В данном контексте циркумфиксальные наречия передают силу богатыря или его врага, умеющего воздействовать на окружающий мир:

*Зарыкал Илья да **по звериному**,
Засвистал Илья да **по змеиному**,
Под богатырем конь да на колена пал
[10, № 226, 207].
Соловей сидит разбойник Одихмантьев сын,
То как свищет Соловей да **по соловьяему**,
Как кричит злодей разбойник **по звериному**,
То все травушки-муравы улетаются,
А лазуревы цветки прочь отсыпаятся,
Темны лесушки к земли вси приклоняются,
А что есть людей, то вси мертво лежат
[10, № 74, 15].
А й засвистал Соловей **по соловьяиному**,
А й закричал тут Соловеюшко **по звериному**.
А й заздыхал Соловеюшко **по змеиному**
[10, № 210, 81].*

В фольклорной формуле, описывающей корабль Соловья Будимировича: «Нос, корма, бока (вз-/вы-ведены) **по-туриному** / **по-звериному** / **по-лосиному** / **по-турскому**, хобот (мечет) **по-змеиному**», циркумфиксальные наречия подчеркивают звериный облик корабля, основанный на древних анимистических представлениях:

*Один корабль наперед бежит,
Нос корма **по звериному**,
Бока-ты у его **по туриному**,
И хобот-ты мече **по змеиному**,
И мест очей было вставлено*

По дорогому камню самоцветному
[10, № 208, 63].

Хорошо корабли изукрашены,
Хорошо корабли изнаряжены:
И нос корма да **по туриному**,
Широки бока **по лосиному**
[10, № 68, 616].

В этом образе нашли отражение черты древнерусского торгового судна, имеющего вид животного. Несмотря на то, что «корабль Соловья Будимировича — вполне исторический, раннекиевский тип богатого торгового судна» [15, 171], в былинной картине мира «звериные детали становятся только украшениями... свидетельствующими о богатстве хозяина корабля» [18, 130]. Такие наречия содержат положительную оценку, что дополнительно подчеркивается характеристикой: «хорошо корабли изукрашены», «один корабль полутче всех» [8, № 1, 9]. Корабль украшен дорогими мехами («черным соболем, якутским», «горностаями», «лисицами бурнастыми», «медведями белыми заморскими» [8, № 1, 10–11]) и самоцветными камнями, что также создает колорит идеального былинного мира.

Циркумфиксальные наречия *по-здоровому*, *по-хорошему* в конце былины «Соловей Будимирович» выражают одобрение певцами женитьбы Соловья Будимировича на Забаве Путятичне. Это одобрение, как считает В. Я. Пропп, вызвано тем, что «жених и невеста — оба обыкновенные русские люди, эпически идеализированные (он — богатый гость, она — племянница князя Владимира)» [15, 179]:

А начали тут они да жить-то быть,
А жить-то быть да семью сводить,
А семью сводить да детей наживать.
А стал-то он тут по-здоровому,
А стал-то он да по-хорошему
[10, № 53, 501].

Представляют особый интерес циркумфиксальные наречия, образованные от этнонимических прилагательных, которые, в свою очередь, образованы от этнонимов, в значении которых выделяется сема: «лицо» по национально-этническому признаку: *по-русски/-ому*, *по-татарски/-ому*, *по-немецки/-ому*, *по-турецки/-ому*.

Такие наречия могут указывать на необычность, неординарность действия. Например, жена Ставра Годиновича Василиса Микулична, чтобы выручить своего мужа, переодевается в мужскую одежду и делает мужскую прическу:

Она волосы брила **по турецкому**,
Кудерьшки вила **по молодецкому**
[10, № 169, 624].

Синонимами наречия *по-турецкому* в былине «Ставр» являются *по-молдецкому*, *по-мужичьему*: «Подбривала волоса свои женские **по мужичьему...**» [10, № 21, 271].

Фольклорная формула «Уметь говорить по-

русски/-ому, (*про-*)*толмачи(-ва-)*ть *по-татарскому* / *по-немецкому*» характеризуют особенности речи переводчика:

Выбирал татариченка малава,
Которой по-русьски умел говорить,
Он горазд толмачить по татарскому,
Он и писал ему грамоту скорописчату
[10, № 304, 542].

Из вась бываль-ле кто на святой Руси?
А по-русьскому кто говариваль,
По нъмецкому протолмачиваль?
[11, № 26, 137].

Другая фольклорная формула «Назвать / говорить / сказать *по-русски* (*по-русскому*)» указывает на принадлежность к «своему» миру, который является отправной точкой составления мнения об окружающем и формулирования моральных принципов. Циркумфиксальное наречие *по-русски* (*по-русскому*) указывает на оценку, которая традиционно дается на Руси определенным поступкам с точки зрения русского сознания:

Кто из нас убьет, или украдет ли,
Или **по-русскому** сказать —
Как сделат тяжкий блудный грех,
И того казнить ведь казнию калицкою
[10, № 173, 652].

Стоят-то тут станичники пленичники,
Да **по-русьскому** воры разбойники,
А денный ночный подорожники
[10, № 197, 17].

Для сказителя является важным не просто обозначить предмет или явление, но и назвать его по-русски, то есть правильно, с точки зрения русского человека:

Во первых, ты мне невеста обрученная,
Во вторых, мне княгиня первобрачная,
А по-руськёму назватъ — жона венчальная
[11, № 93, 380].

Есть примеры, в которых циркумфиксальные наречия называют одну и ту же реальму с разных сторон — русской и чужой:

Во белых-то во шадрах-то есть-то сорок раз-
бойницьковъ,

Ай по-руськи-то назватъ — сорок татарницьковъ,
По-татарьски-то назватъ — сорок камышниц-
ковъ.

≤...> Ужъ вы гой еси, тотара, вы поганцы!

Ай по-руськи-то назватъ, дак вас тотарами,
По-татарьски-то назватъ — дак вы камыш-
нички
[3, № 45, 229].

Е. С. Березкина считает, что «вряд ли камышнички действительно является эндоэтнонимом татар, вероятнее всего, здесь имеет место народная фантазия, но она реальна в плане выделения своего и чужого посредством языка» [4, с. 42]. Камышнички — разбойники, у которых притоны в камышах [7, с. 83].

В некоторых случаях синонимом наречия *по-русскому* является *по-нашему*:

*Да налетало на молодца стадо грачѣв,
Да по нашему стадо черных воронов*
[10, № 225, 187].

Циркумфиксальное наречие *не по-нашему* используется в речи Дюка, сравнившего Киев с городом, откуда он приехал (Вольнюю, Галичем, Индией, Сарачиной и др., названия которых являются иноска-занием), и раскритиковавшего Киев «с целью само-восхваления и самовозвеличения» [15, 488]:

*Ажно в Києви у вас да не по-нашему:
Церкви-ты у вас да деревянныя,
У вас маковки на церквах все осиновые,
Мостовыя у вас черною землею изнасытаны*
[13, № 29, с194].
*У вас в Києви-то все да не по-нашему:
Настланы у вас мосточки кирпичные,
Да й поручинки положены калиновы;
<...> Да все в Києве у вас есть не по-нашему:
Да й у вас как сделана-то бочечка дубовая,
Да й набиваны обручки еловыи,
У вас делано мешалочко сосновое,
А ще тут у вас да й колачи месят;
У вас делана как печка-то кирпичная,
У вас топятся-то дровця-ты еловыи,
У вас делано помялышко сосновое,
А и тут у вас да колачи пекут*
[10, № 85, 127–128].

Циркумфиксальные наречия, отмеченные в былинах, могут вступать как в синонимические, так и антонимические отношения: метафора в фольклорной формуле «*На Руси трава растет по-старому, цветы цветут по-прежнему*» [10, № 91, с. 174] заключает идею непобедимости русского народа, а предположения врага «*На Руси-то трава растет не по старому, Цветы цветут не по прежнему, А на Руси трава растет не по прежнему, А видно Волги-то живаго нет*» [Там же], и его вывод, что можно совершить нападение на святую Русь, являются ошибочными и полностью развенчиваются в былинах.

Таким образом, большинство циркумфиксальных наречий (*по-книжному, по-писаному, по-ученому, по-небесному, по-туриному / по-звериному / по-лосиному, по-умильному, по-хорошему, по-здоровому, по-веселому, по-старому, по-прежнему* и др.), содержащих положительную оценку действий или качеств, служат для идеализации былинной картины мира. Наречия, образованные от этнонима русский (*по-русски, по-русскому*), что значит *по-нашему, содержат традиционную и правильную с точки зрения русского человека оценку, даваемую на Руси определенным предметам, явлениям и поступкам. Некоторые циркумфиксальные наречия (по-звериному, по-змеиному) входят в состав разных фольклорных формул и имеют разное значение: в первом случае характеризуют силу богатыря или его врага (Соло-*

вь Разбойника), во втором случае — красоту корабля Соловьѣя Будимировича.

Итак, специфика семантики циркумфиксальных наречий, которые входят в состав фольклорных формул, определяется эстетическим «приращением» культурных смыслов, отражающих традиционные идеалы и ценности народа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артеменко Е. Б. Традиция в мифологической и фольклорной репрезентации (Опыт структурно-когнитивного анализа) / Е. Б. Артеменко // Первый Всероссийский конгресс фольклористов. Сборник докладов. — Т. II. — М.: ГРЦ русского фольклора, 2006. — С. 6–30.
2. Артеменко Е. Б. Миф — фольклор: аспект модальности в его концептуальной и языковой презентации / Е. Б. Артеменко // Народная культура сегодня и проблемы ее изучения: сборник статей. Материалы научной региональной конференции 2012 г. / ВГУ. (Афанасьевский сборник: материалы и исследования. Выпуск XII). — Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2012. — С. 262–280.
3. Бѣломорскія былины, записанныя А. Марковымъ. — М.: Поставщикъ Двора Его Величества Т-во Скоропечатни А. А. Левенсонъ, 1901. — 635 с.
4. Березкина Е. С. Этнонимическая лексика в устном народном поэтическом творчестве: дис. ... канд. филол. наук / Е. С. Березкина. — Курск, 2001. — 255 с.
5. Бобунова М. А. Распорядился он по богатырскому... (сравнительно-уподобительные наречия в онежском эпосе) / М. А. Бобунова // Лингвофольклористика. Выпуск 23. — Курск: Изд-во Курского гос. ун-та, 2016. — С. 11–18.
6. Венгранови М. А. Фольклорный текст в аспекте специфики фольклорной коммуникации / М. А. Венгранович // Стереотипность и творчество в тексте: межвузовский сборник научных трудов / Отв. ред. М. П. Котюрова. Вып. 6. — Пермь: Пермский университет, 2003. — С. 80–91.
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х томах / В. И. Даль. — М.: ГИС, 1956. — Т. II — 779 с.
8. Древние российские стихотворения, собранные Киршею Даниловым. — М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1958. — 665 с.
9. Никитина С. Е. Устная народная культура и языковое сознание / С. Е. Никитина. — М.: Наука, 1993. — 189 с.
10. Онежские былины, записанные А. Ф. Гильфердингом летом 1871 года: в 3 томах. — Изд. 4. — М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1949 — Т. I — 736 с.; 1950 — Т. II — 806 с.; 1951 — Т. III — 669 с.
11. Ончуковъ Н. Е. Печорскія былины / Н. Е. Ончуковъ. — СПб: типо-лит. И. Соколова и В. Пасторъ, 1904. — 424 с.
12. Осовецкий И. А. О языке русского традиционного фольклора / И. А. Осовецкий // Вопросы языкознания. — 1975. — № 5. — С. 66–77.
13. Пѣсни, собранныя П. Н. Рыбниковымъ (подъ ред. А. Е. Грузинскаго): въ трехъ томахъ. — Изд. 2. — М.: Изд. фирмы «Сотрудникъ школь», 1909–1910. Т. I — 618 с.; т. II — 733 с.

14. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки / В. Я. Пропп. — Л.: Лениздат, 1986. — 415 с.

15. Пропп В. Я. Русский героический эпос / В. Я. Пропп. — М.: ГИХЛ, 1958. — 603 с.

16. Путилов Б. Н. Героический эпос и действительность / Б. Н. Путилов. — Л.: Наука, 1988. — 233 с.

17. Путилов Б. Н. Русский историко-песенный фоль-

клор XIII — XVI веков. Отв. ред. А. М. Астахова / Б. Н. Путилов. — М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1960. — 300 с.

18. Черноусова И. П. Фольклорно-языковая картина мира в призме лингвокультурных кодов (на материале русских волшебных сказок и былин): монография / И. П. Черноусова. — Липецк: ЛГПУ имени П. П. Семенова-Тянь-Шанского, 2022. — 151 с.

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

Черноусова И. П., доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы Института филологии

E-mail: ira.chernousova2010@yandex.ru

*Lipetsk State Pedagogical P. Semenov-Tyanshansky University
Chernousova I. P., Doctor of Philology, Professor in the
Department of Russian language and literature Institute of
Philology*

E-mail: ira.chernousova2010@yandex.ru

ЖУРНАЛИСТИКА ИРАКСКОГО КУРДИСТАНА В КОНТЕКСТЕ ПОИСКОВ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (2010–2020-Е ГГ.)

Омарбл Бестун

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 5 сентября 2023 г.

Аннотация: данная статья посвящена обсуждению СМИ Иракского Курдистана на современном этапе, что выдвигает на первый план проблему национальной идентичности и самоопределения. Анализ трендов эволюции курдских СМИ позволил сделать вывод о динамике процессов самоидентификации этноса в медийном пространстве, о причинах кризиса иракской журналистики.

Ключевые слова: Иракский Курдистан, медиа система Ирака, курдские СМИ, медиакультура этнического сообщества, самоидентификация, конфликт интересов арабов и курдов.

Abstract: this article is devoted to the discussion of the media of Iraqi Kurdistan at the present stage, which highlights the problem of national identity and self-determination. The analysis of trends in the Kurdish media evolution allowed us to conclude: ethnos self-identification in the media space reflects the dynamics of social processes, shows causes of the Iraqi journalism crisis.

Keywords: Iraqi Kurdistan, Iraqi media system, Kurdish media, media culture of the ethnic community, self-identification, conflict of interests of Arabs and Kurds

Средства массовой информации курдов, будучи духовным и организационным ядром медиакультуры народа, выступают в последние годы как объединяющая сила, сохраняющая ценности этнической общности. Иракский Курдистан (далее ИК) — автономное образование в составе Ирака, имеющее широкие права, полноценную систему органов законодательной, исполнительной и судебной власти, свою Конституцию [1]. Связь с массмедиа Ирака обусловлена характером взаимоотношений властей в Багдаде с руководителями ИК. Споры по самым разным вопросам стали нормой, что подчас приводит к информационным войнам и необходимости доказывать этническую целостность жителей ИК, часть которых не являются арабами или курдами, но эти национальные меньшинства активно влияют на культурную и религиозную эволюцию страны. Рассматривая категорию «идентичность» как процесс самопознания и чувство принадлежности к большой массе людей, опираясь на философскую трактовку понятия как равенства объекта самому себе, как базовый признак отдельного существования, пребывания и бытия в мире, теоретики указывают на связь данного термина с процессами идентификации и самоидентификации [2]. Актуальность изучения подобных этнических сообществ обусловлена как политическими, так и социокультурными причинами. Известно, что формирование новых информационных технологий в условиях стремительного и в то же время неровного развития современной мировой медиакультуры требует постоянного изучения коммуника-

тивных контактов в обществе, проведения политики «открытого общества», поддерживающего плюрализм мнений, гласность, свободу слова. СМИ Иракского Курдистана, получившие новый импульс развития после свержения тоталитарного режима С. Хусейна, являются не только зеркалом социальной борьбы за независимое государство всех курдов, но и ферментом национальной культурной самоидентификации, более четкого самоопределения достаточно многочисленного народа, насчитывающего в наши дни не менее 50 миллионов человек, если учесть численность диаспор в различных регионах мира [3, 28].

СМИ Иракского Курдистана на протяжении многих лет выступали в качестве движущей силы в борьбе за создание независимого курдского государства на территории, включающей часть таких стран, как Ирак, Иран, Сирия и Турция. Решение этой проблемы зависит от правительств этих стран, но сопротивление национальных элит в названных странах не позволяет говорить о скором решении курдского вопроса. В таких условиях возникает острая необходимость во всестороннем исследовании социальных коммуникаций применительно к истории массмедиа, при этом в данной статье основное внимание нами уделяется периодическим изданиям и интернет-коммуникациям 2010–2020-х годов, что связано с воздействием технологической революции на все стороны жизни [4, 34].

Целью данной статьи является выявление смысла этнической самоидентификации и идейной доминанты курдских СМИ в новейший период их истории, т.е. в годы «послесаддамовского» строительства новой демократии. Чаще всего это демократия запад-

ного образца, понимание которой связано во многом с учетом противоречий самой проблемы национальной самоидентификации [5, 19]. Для изучения социальных коммуникаций применительно к медиа ИК становится актуальным историко-культурный подход, который был бы сосредоточен на изучении первичности политической жизни, но учитывал бы эстетическую деятельность публицистов в социокультурных обстоятельствах нашего времени, направленную на сохранение языка и самобытной культуры. Это и есть процесс укрепления идентичности любого этноса. Основой работы по медиакоммуникативистике, на наш взгляд, должна стать научная база современных гуманитарных наук, в частности культурологии, литературоведения, философии, теории массовых коммуникаций, социологии и др. [6, 12]. Для теории коммуникационных исследований это положение особенно важно, поскольку сегодня все чаще в научных трудах утверждается, что продуктивна парадигма научного познания, суть которой заключается в изучении проблемных ситуаций, не имеющих четкой локализации внутри одной научной дисциплины, но признаны важными для многих гуманитарных специальностей [7, 2]. Эмпирический материал статьи составили СМИ Курдистана последних лет, а также научные труды ведущих авторов, работающих в курдоведении, материалы сетевых изданий 2015–2023 гг. [7; 8; 9]. Беседы с представителями СМИ ИК были хорошим подспорьем в работе.

В 2010 г. американский президент Б. Обама начал вывод войск из Ирака, объясняя это тем, что ситуация в стране стабилизировалась, что не соответствовало действительности. США планировали поддерживать правительство Ирака и содействовать развитию мирного демократического государства, но также не полностью сдержали слово, а за помощь пришлось расплачиваться нефтью, которую можно было продать на мировом рынке по более высокой цене. В конце 2011 г. последние американские войска покинули Ирак, началась не совсем демократическая борьба за власть.

Одна общая цель, разделяемая всеми основными политическими партиями и игроками на Ближнем Востоке (далее БВ), в том числе и на территории Ирака, заключается в создании единого информационного пространства с твердыми правилами игры. В этой ситуации возросла роль СМИ, особенно частных новостных организаций, которые оказались более самостоятельными поставщиками сообщений, которые в официальных СМИ нередко использовались для продвижения имиджа, рекламы и идеологических схем, нужных элитам, а не рядовым гражданам. Особенно опасной оказалась тактика отбора нужной повестки дня, в этом отношении иракская медиасфера разделяет многие черты, присущие ливанской медиасфере, наиболее типичной сегодня в районе БВ. Иракские СМИ, как правило, весьма предвзяты в освещении событий и транслируют новостные истории, выгодные власти,

например, арабские СМИ нередко популяризируют расистскую теорию, говоря, что курды не имеют своей идентичности, что они смешались с арабами, турками, и тем самым «утратили национальное лицо» [10, 54]. Независимая курдская журналистика, как и журналистика в большинстве стран мира, началась с выхода газет. Рождение прессы сопровождало развитие курдского национального самосознания, способствовало консолидации движения за создание единого государства курдов. Первая газета вышла в 1898 г. со знаменательным названием «Курдистан» она была напечатана в Египте. В XX веке, несмотря на то что курдское национальное движение было объектом преследований, оно не прекращало развиваться. Сегодня в ИК издается 281 газета и 506 журналов, учитывая корпоративные и частные издания, альманахи и бюллетени [11, 25–28]. Пресса ИК партийная и концентрируется вокруг двух главных партий: Демократической партии Курдистана (ДПК), председателем которой является Масуд Барзани, а также Патриотического союза Курдистана (ПСК), созданного Дж. Талабани. Газета ДПК «Хабат» издается уже много лет, но с 12 мая 2006 года выходит регулярными выпусками. Газета ПСК называется «Курдистанинуэ», и с 1992 г. она выпускает газеты как орган ПСК и ежедневная. Недавно в г. Киркук начато издание на курдском языке газеты «КиркукАмро» («Киркук сегодня»), и «Мастекбел» («Будущее») на арабском языке, журнала Союза курдских писателей «Гзенг» («Рассвет») и др. Появились издания для детей и юношества: детский журнал «Ханг» («Пчела»), «Смора» («Белка»), «Азади» («Свобода») и др. С 2008 г. возникают журналы «Авеза» («Объятия»), «Джуди» (название гор), «Балга» («Исправление»), «Бинаи» («Зрение»), «Кат» («Время»), «Пждар» (название территории), «Цау» («Глаз») и т.д., газеты «Асо» («Перспектива»), «Бочун» («Идея»), «Рудау» («Событие») и др. Литературные журналы делают акцент на художественном и культурном производстве, исследуя жизнь обычных граждан, что способствует трансформации новой курдской субъектности, которая находится за пределами границ официальной власти Ирака. С помощью и художественных усилий многие авторы «толстых журналов» («Хатау» и т.п.). Некоторые названия газет и журналов ориентированы на будущее, в котором жить молодому поколению: «Жиян» («Жизнь»), «Нужин» («Новая жизнь»), «Хива» («Надежда») и др. Они утверждают активную жизненную позицию молодежи, подчеркивая названием, что дальнейшая жизнь зависит от молодого поколения. Журналы пытаются создать или, скорее, воссоздать духовное пространство и географическую территорию угнетенного народа. Художественная продукция для курдов символизирует память о народе без гражданства и доколониальную эстетику, пытающуюся выжить в условиях гегемонии доминирующих национальных культур и травм, связанных с подавлением курдской культуры. Газеты уступают ТВ по двум основным причинам. Во-первых, насилие по всему Ираку затрудни-

ло распространение газет среди продавцов во многих городах и сёлах. Во-вторых, бумажная продукция постоянно дорожает, в киосках мало качественной прессы. А радио значительно дешевле и в горах доступнее, чем печатная продукция [12].

Радио пришло в Курдистан в начале тридцатых годов XX в., а в начале сороковых годов XX в. это произошло и в Сулеймании, курдское радио начало вещание в условиях вспыхнувшего интереса ученых, особенно этнографов, к истории и культуре курдов. Существенным признаком современного радиовещания стало образовательное направление, которое подталкивалось мировой стратегией медиаобразования и программой ООН «Информация для всех» [13, 98–101]. В этих условиях необходимость в медиаобразовании курдов становится все более актуальной, и требования к нему становятся все выше. И одна из главных задач сегодняшнего дня заключается в следующем: сможет ли система медиаобразования в ИК работать эффективно, реагируя на быстрые изменения в информационно-коммуникационном пространстве. Вопрос, который породил процесс самоидентификации, звучит так: сможет ли медиасистема ИК, а также всего Ирака, сосредоточиться на основных ценностных платформах и быть каналом просвещения нации, сможет ли журналистика научить добру и научной истине малограмотных и малокомпетентных граждан? Возникли и сопутствующие вопросы, которые еще предстоит решать не только курдам. Как отфильтровывать грязные пропагандистские потоки, которые изливаются на общество? Медиасистема следит за теми новообразованиями, которые динамично создает современная информационно-коммуникационная эпоха, но журналистам надо интенсивнее включаться в спор религиозной веры и научного знания.

В медиаобразовании ТВ удерживает передовые позиции. Внедрение курдского телевидения было большим событием в истории курдского народа. Спутниковые каналы могут обходить границы, поэтому курды не чувствуют себя в культурной изоляции. Во-вторых, далеко не все курды грамотны, они далеки от забот Запада о сетевом медиапотреблении, поэтому, хотя многие газеты, конечно, имеют веб-сайты, легче смотреть телевизионные программы. Интернет развит пока слабо. Новые каналы RUDAW-TV и KURDISTAN-24TV создавались с помощью США и Европы, но жесткого контроля не наблюдается, структуры имеют независимый статус. Что касается телевидения на курдском языке, то иракское правительство еще 18 ноября 1967 г. открыло телеканал для народов Ирака в г. Киркук. Вещание велось на арабском, туркменском, ассирийском и курдском языках. Возникновение курдского телевидения напрямую связано с борьбой курдского народа за национальную независимость. По-прежнему популярен глобальный новостной телеканал «Аль-Джазира», достаточно объективно отражающий события в ИК.

Онлайн-СМИ все чаще рассматриваются как вызов другим средствам массовой информации, особенно в прессе, поскольку все больше офисов и домашних хозяйств имеют доступ к Интернету. По данным *InternetWorldStats*, в июне 2012 г. в Ираке насчитывалось около 900 000 интернет-пользователей, что дает уровень проникновения 7,1% [14, 62]. Существует ряд групп иракского меньшинства в изгнании, которые ведут веб-сайты. Информация, содержащаяся на этих сайтах, конечно, пристрастна, но, тем не менее, они предоставляют некоторую полезную информацию. Для получения информации по курдским вопросам у Патриотического союза Курдистана есть страница с хорошими ссылками по адресу <http://www.puk.org/links.htm>. У туркменской общины есть веб-сайт, который сделан очень плохо, тем не менее, все еще можно выжать некоторую информацию из того не многого, что есть на самом сайте. Сообщество ассирийских эмигрантов создало более подробный веб-ресурс, и была составлена страница хороших ссылок под названием «Ассирийские ссылки» (<http://www.zowaa.org/v2/links.html>, с полезной информацией по истории, культуре, политике и т.д. [15, 49–51]).

Ситуация в СМИ ИК еще более осложняется тем фактом, что релятивизм эпохи постмодерна трансформирует абсолютные аксиологические ценности в релятивистские, а нигилизм профессиональных журналистов вообще отвергает их. В результате профессиональная журналистика как социально ответственная деятельность растворяется в «постжурналистике» (с размытыми ценностями, отсутствием этических рамок и профессиональных стандартов), а правда как руководящая, базовая ценность — в разновидностях «своих собственных истин», интерпретаций, фейков, прямой лжи.

Рассмотрение новейшего периода функционирования курдских СМИ позволяет сделать несколько принципиальных выводов.

1. Развитие медиапространства ИК во время транзитивного периода обусловлено особенностями становления демократического режима и сложной геополитической ситуацией на Ближнем Востоке. Кризис политической власти в Ираке во многом определяется нежеланием признать самобытную идентичность курдов, что заставляет журналистов ИК занимать более радикальную позицию в полемике с Багдадом. При рассмотрении проблем журналистики ИК как выразителя сути национальной идентичности курдов необходимо подчеркнуть роль диалога с Западом на основе борьбы с ИГИЛ, запрещенной организацией террористического толка, обманувшей миллионы честных граждан. Электронной медиакультуре ИК всегда не хватало квалифицированных кадров, поэтому не всегда ясно, есть ли профессионализм в этой области, если часть работников является выходцами из традиционных СМИ.

2. Несмотря на экономические трудности и цензу-

ру, усиливаемую межпартийной конкуренцией в ИК, курды создают свое медиапространство, в котором есть место искусству слова, но нет места терроризму и насилию. Этот факт играет положительную роль в утверждении демократии в стране и свидетельствует об относительной демократии, хотя права курдов нередко нарушаются. Крупнейшие курдские СМИ в наше время могут быть представлены следующим списком:

«Хабат» — ежедневная газета ДПК; г. Эрбиль.

«Левин» — частный журнал,

«КурдистанэНуэ» — орган ПСК, активно внедряет элементы конвергентной журналистики. (Сайт: www.knwe.org).

«Хавлати» — частная ежедневная газета, г. Сулеймания. (Сайт: www.hawlati.com).

Awene — частная еженедельная газета, г. Сулеймания.

KurdistaniNuwe — ежедневная газета ПСК, г. Сулеймания.

Rudaw — частная станция, базирующаяся в Эрбиле, которая, как считается, связана с президентом Нечирваном Барзани.

KNN — принадлежит движению за перемены (Горран), г. Сулеймания.

KurdSat — принадлежит ПСК, г. Сулеймания.

Спутниковое телевидение Курдистана — принадлежит ДПК, г. Эрбиль.

Радио «Нава» — частная 24-часовая радиостанция, г. Сулеймания.

Xendan — медиасайт, финансируемый ведущим деятелем ПСК Бархамом Салихом.

BasNews — многоязычный новостной сайт, который, как считается, связан с ДПК в Эрбиле.

Sbeyi — медиасайт Движения Перемен (Горран).

KurdistanTribune — новости и комментарии на английском языке.

NRT — частное ТВ, принадлежит партии «Новое поколение» (Nawaenwe).

«КурдистанэНуэ» («Новый Курдистан», газета издается с 1992 г., www.knwe.org).

3. Курдская культура, конечно, не является исключением в выживании в экстремальных социальных и исторических условиях. Мы, курды, переживаем цикл перерождения, идя к энергичному возрождению традиций и обновлению устаревших форм коммуникативных практик. На протяжении многих десятилетий курды находили в себе силы быть стойкими, даже несмотря на всенаправленные атаки на курдскую жизнь и культуру. Таким образом, роль СМИ в курдском регионе позволяет нам подчеркнуть независимую этноконфессиональную идеологию и освободительный потенциал журналистского творчества.

Воронежский государственный университет

Омарбл Бестун, аспирант кафедры журналистики и литературы

E-mail: bestoonomarbl@gmail.com

ЛИТЕРАТУРА

1. Kurdistan: Constitution of the Iraqi Kurdistan Region, 2004. — Режим доступа: <https://unpo.org/article/538?id=538> (дата обращения: 5.10.2023).

2. Искусство и цивилизационная идентичность. — М., 2007.

3. The Cambridge History of the Kurds. Cambridge University Press, 2021. 802 p. — Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-28211544> (дата обращения: 5.10.2023).

4. Хазнадар Джамала. Энциклопедия курдской прессы / Джамала Хазнадар. — Эрбиль, 2011 (на курдском языке).

5. Муафак Ахмад Печать Иракского Курдистана: Основные этапы развития и особенности функционирования в современных условиях. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Ахмад Муафак. — М., 1998.

6. Джаралла А. Ю. Інформаційне висвітлення конфліктів у Перській затоці та його еволюція (1991–2004 рр.) Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. наук із соц. ком-й / Джаралла Аббас Юсеф. — Запоріжжя, 2008.

7. Зангана Абдулла. Курдская журналистика после восстания 1991 г. / Абдулла Зангана. — Эрбиль, 1998 (на курдском языке).

8. Аль-Хатал Бассам Абдуллах Абдулджаббар. Национальная специфика массмедиа Ирака: становление, динамика, проблемы содержания и формы. Дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Аль-Хатал Бассам Абдуллах Абдулджаббар. — Казань, 2019.

9. Сирван Абдуллахман Умар. Пресса студенческой молодежи. 1982–2005 г. / Сирван Абдуллахман Умар. — Сулеймания, 2009 (на курдском языке).

10. Иванов С. М. Иракский Курдистан на современном этапе (1991–2011 гг.). — М., 2011.

11. Аль Хатал Бассам Абдулджаббара. Иракское издание «Аль-Сабах» в парадигме проблемно-тематических реалий арабского универсума / Аль Хатал Бассам Абдулджаббара, В. И. Антонова // Казанская наука. — 2019. — № 9. — С. 25–28.

12. Загорнова Е. В. Развитие СМИ на территории этнографического Курдистана. / Е. В. Загорнова. — М., 2003. — Режим доступа: <http://www.iimes.ru/rus/stat/2003/25-09-03.htm> (дата обращения: 5.10.2023).

13. Сінкевич Є. Г. Курдська проблема на рубежі ХХ — ХХІ століть / Є. Г. Сінкевич, С. М. Попова // Історичний архів. — 2010. — Вип. 4. — С. 98–101.

14. Али Абдель-Фаттах Канаан. Электронная журналистика в тени технологической революции. «Арабское ТВ», Амман (Иордания). — 2014. — № 7 (на араб. яз.).

15. Ботани Абдулфатах. Газета «Расти» / Абдулфатах Ботани. — Дахук, 1998 (на арабском языке).

Voronezh State University

OmarblBestoon, Postgraduate Student of the Department of Journalism and Literature

E-mail: bestoonomarbl@gmail.com

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ОТСЫЛКИ В ЛЕВОМ ЗАРУБЕЖНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

А. О. Бодяшкин

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 4 июля 2023 г.

Аннотация: в статье обобщаются и анализируются отдельные типы культурно-исторических отсылок (апелляция к именам и высказываниям известных личностей), которые использовались авторами испанской газеты *Mundo Obrero* в период 2017–2021 гг. Автор предлагает свою классификацию отсылок и связывает обширность авторитетных источников с проблемой идентификации современных левых. Формулируются две стратегии обращения к историческим фигурам, нацеленные на сохранение позитивного имиджа левых сил.

Ключевые слова: левые, Испания, отсылки, культурный код, цитаты, идентичность.

Abstract: the article describes some types of cultural and historical references (appeal to the names and statements of persons) that arise among modern authors of the Spanish newspaper *Mundo Obrero* in the period 2017–2021. The author offers his own classification of references and connects the vastness of authoritative sources with the problem of the modern left identity.

Keywords: leftist, Spain, references, cultural code, quotes, identity.

Введение. Вопрос о самоидентификации является одним из центральных для любого политического движения. Партии, общественные платформы и другие объединения, стремящиеся овладеть вниманием масс, вынуждены определять для себя по крайней мере два аспекта внешней коммуникации: 1) от чего имени целесообразно выступать; 2) к какой целевой аудитории (в социологическом смысле) стоит апеллировать в первую очередь и чего нужно от нее добиться. Установку на «народность» можно проследить в публикациях рупора испанской компартии *Mundo Obrero* («Рабочий мир»). Закономерно, что таким же многоликим оказывается и адресат политических выступлений в СМИ; логично выделять сразу несколько важных категорий, отталкиваясь от того, чьи интересы защищают левые медиа — по крайней мере декларативно. Таким образом, это: а) класс трудящихся; б) социальные меньшинства (защитники экологии, представители феминистского сообщества и др.); в) народ, нация как таковая. Характерно, что классовые ориентиры сочетаются с ориентирами общенациональными.

Цель, методика и теоретическая база исследования. Целью статьи была систематизация сведений о круге исторических личностей и современников, к которым регулярно обращаются авторы испанской коммунистической газеты *Mundo Obrero*. Проведенный нами анализ помогает уточнить представления о степени широты зарубежного левого медиадискурса, а также о важной роли интертекста в закреплении

идеологических ориентиров. Исходя из обозначенной цели, основным методом исследования является контент-анализ (проанализировано 162 авторских материала); при этом базовой смысловой единицей выступает цитата либо иная отсылка к авторитетному источнику (личности) — типы отсылок зафиксированы в соответствующей таблице. Обобщение знаний о нескольких категориях личностей, уважаемых испанскими левыми, потребовало использовать метод классификации, распределив обнаруженные в публикациях отсылки на несколько групп. Тот же метод понадобился нам для построения диаграммы, отражающей приблизительное сочетание испанских и иностранных источников: формирование культурно-политического кода предлагается рассматривать в контексте левой идентичности, где национальный фактор дополняется интернациональным.

Исследование проводилось с опорой на принятые в филологии представления об открытости подавляющего большинства нарративов и о многоуровневости политического дискурса. Важными теоретическими источниками, которые задали концептуальную рамку статьи, были работы М. М. Бахтина [1], Р. Барта [2], Ю. Кристевой [3], О. Н. Гришковой [4]. На выбор предмета исследования в большой степени повлияла традиционная для современной Испании взаимосвязь журналистики и литературы, отмеченная исследователями В. М. Соколовой и Е. В. Кореновой [5]. При этом стоит подчеркнуть, что в данном случае нас интересовал не разбор содержания интертекстов, а только сами избираемые авторами источники, закрепляющие на культурно-смысловом

уровне «легитимность» высказывания. Таким образом, в центре внимания оказывается не слово, а конкретная персона — личность, заслуживающая права быть процитированной или упомянутой. Следует также отметить, что в системе изученных отсылок под интертекстами подразумеваются, прежде всего, *цитаты и эпиграфы*, т.к. имплицитные и зашифрованные отсылки в данном случае нас не интересовали. В данном случае интертекстуальность стоит понимать как ее первую разновидность по классификации Ж. Женетта [6], т.е. как присутствие в авторском тексте *элементов других текстов*.

Результаты анализа. Судя по публикациям 2017–2021 гг., левая идентичность конструируется в Mundo Obrero с опорой на целую систему авторитетов. Поскольку авторитетные источники неоднородны, это означает, что все тяготеющие к левой мысли социальные группы смогут найти в газете нечто «свое» и обнаружить ту «правильную» отсылку к уважаемой личности X/Y/Z, которая послужит ключом к пониманию современных процессов. Характерно, что газета — по крайней мере в лице своих колумнистов — ставит перед читателем высокую интеллектуальную планку, предполагающую знакомство с работами известных историков, политологов, писателей и т. д.¹ Многие о характере левой самоидентификации говорит типичная для современного медийного нарратива интертекстуальность; идеологический тон задают приводимые авторами цитаты, их комплиментарные рассуждения о знаковых персонах и героях истории (см. таблицу ниже). При анализе содержания в отдельный столбец нами были занесены данные по *эпиграфам*, которые предваряли статьи двух колонок из шести подробно изученных нами². Добавим, что в таблице не фиксировались обычные (не сопровождаемые комментарием) упоминания, формальные перечисления имен и фамилий, а также высказывания партийных руководителей, связанные с локальными новостями из современной политической практики. См. табл. 1.

¹ Для испанских политических СМИ еще в начале XX в. было характерно сочетание философского дискурса с сугубо журналистским; во многом традиция была заложена «поколением 98-го года», яркие представители которого активно сотрудничали с изданиями разной направленности (в частности, с *El Socialista*).

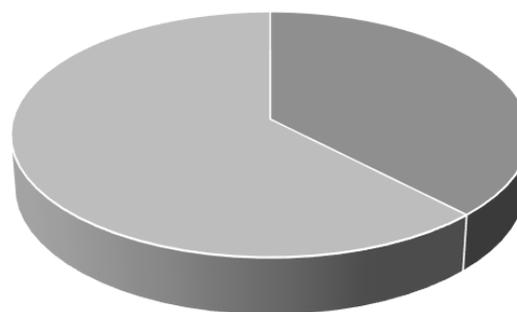
² Для анализа контента были отобраны материалы 2017–2021 гг., посвященные вопросам идеологии, из 6 колонок электронной версии газеты (одна редакционная + 5 авторских: *Esperando a los bárbaros* Ф. Алькараса, *Contra el talón de hierro* П. Серрано, *Lucha de Pases* А. Каппы, *Batalla en profundidad* П. Кастро и *El tren de la memoria*, для которой писали разные журналисты, в т.ч. М. Асенхо Пахарес). При этом лишь в двух авторских колонках эпиграфы были регулярным явлением.

Как видим из таблицы, классики марксизма и политики не занимают монопольного положения в системе авторитетов, признаваемых авторами Mundo Obrero. Почти половина из рассредоточенных по шести колонкам отсылок связана с именами писателей и других деятелей культуры. Количество отсылок к испанским деятелям культуры почти равняется количеству отсылок к представителям других стран из той же категории (29 к 33); при этом большую долю зарубежных авторитетов составляют латиноамериканские литераторы и мыслители — П. Неруда, Э. Галеано, Х. Саламеа, Х. Л. Борхес, Х. Кортасар, бразильский писатель левого толка Ф. Бетто и другие интеллектуалы.

В газете наблюдается баланс национального и интернационального: испанские герои-коммунисты (в том числе Д. Ибаррури, герои Гражданской войны и бойцы интербригад) так же важны в рамках левой идентичности, как Че Гевара или 26-летняя португальская коммунистка Катарина Эуфемия, убитая при Салазаре. Испанские интеллектуалы чаще цитируются в текстах колонок, зато в эпиграфах (у А. Каппы и у авторов колонки «Поезд памяти») количество отсылок к зарубежным интеллектуалам превышает число отсылок к испанцам (соотношение 15 к 8). Общее соотношение испанских и *неиспанских* авторитетных личностей (упоминаемых либо цитируемых в рамках шести анализируемых колонок, включая редакционную) можно увидеть на диаграмме ниже. Национальный пласт, таким образом, включает в себя 38 процентов культурных отсылок; интернациональный — 62 процента.

Диаграмма 1

Культурно-географическая маркировка цитат и отсылок в авторских публикациях Mundo Obrero: Испания и другие регионы



- Испанцы
- Представители других стран

Любой авторитет — цитируемый или просто упоминаемый — еще не означает догматического принятия его правоты; газета благодаря колонкам выглядит не столько *рупором*, сколько *форумом*, т.е. площадкой для обмена разными мнениями по идеологическим вопросам. В этом смысле Mundo Obrero принадлежит к партийным медиа *нового типа*, непохожим на коммунистические СМИ XX в.: голос партии (соло) уступает место голосу левых сил (хор, ансамбль). Показательно, что в «хоре» звучат голоса и предков, и современников.

Справедливо считать, что в Mundo Obrero традиция левой партийной прессы сочетается с возрожденной традицией умеренно-либеральных газет начала прошлого века: с одной стороны, идеологическая направленность остается важной; с другой стороны, желание создать общее интеллектуальное пространство для левой аудитории выводит на первый план ярких авторов, их самобытность. Неслучайно и колумнисты, и авторы редакционных материалов с пиететом вспоминают о М. Васкесе Монтальбане, который был, по мнению редактора сайта, самым ярким обозревателем в Mundo Obrero в 1970-х гг. Привлекая колумнистов, газета старается чтить заложенную Монтальбаном традицию вдумчивой и неназойливой интерпретации идеологических проблем.

Важной задачей, постулируемой в текстах Mundo Obrero, является борьба за позитивный имидж левого движения. Строго говоря, ровно та же задача стояла перед КПИ уже в 1970-е гг., поэтому сегодняшние тезисы о «нормальности» коммунистов в какой-то мере можно считать наследием прошлого. В рамках конструирования позитивного имиджа, если обращаться к системе отсылок, можно выделить две условные *стратегии*:

1) включение в левый дискурс культовых фигур прошлого и знаменитых современников; приращение «репутационного капитала» за счет образа этих людей. Так, П. Серрано приводит целую плеяду выдающихся персон: от литераторов Джека Лондона и Марка Твена до мэтров киноискусства Марчелло Мастоияни и Хуана Бардема. Напоминание об их левых взглядах становится как бы косвенным подтверждением прогрессивности идеологии, своего рода аргументом *ad hominem*;

2) включение в левый дискурс имен и фамилий самых обыкновенных людей, которые оставили некий след в истории. Это противоположная стратегия, но она дополняет первую: если «звезды» должны подтверждать статус левой идеи и избавлять ее от маргинализации, то упоминание о враче Лодарио, история героической семьи часовщика Рендона или рассказ о героине Сопротивления учительнице Люси Обрак подтверждают народность левой идеологии и способность каждого человека быть Героем.

Интересен философский пласт отсылок: авторы Mundo Obrero апеллируют к мировому, а не к сугубо

национальному наследию. Логичным выглядит обращение авторов к Ж.-П. Сартру и его другу П. Низану, к А. Грамши и В. Беньямину (в случае с Грамши это объясняется ценностью теории культурной гегемонии, которая переносит классовую борьбу в культурную плоскость [7]), а также упоминание фрейдомарксиста С. Жижека. Философское наследие задает авторам широкую, но вполне определенную рамку для социально-политической рефлексии; вероятно, в вопросах легитимизации идеологии авторитет мыслителей более значим для Mundo Obrero, чем авторитет политических деятелей. Так, если в издании вполне можно встретить цитату Маргарет Тэтчер (принципиального врага левых), то увидеть в нем, к примеру, цитату Ивана Ильина или Джованни Джентиле (философов крайне правых взглядов) без явно осуждающего контекста невозможно. Мыслителей, которые воспринимаются испанскими левыми кругами как однозначно прогрессивные, было решено распределить на следующие группы: 1) философы-марксисты; 2) философы левого толка (в широком смысле); 3) философы вне левой традиции.

Диаграмма 2

Философы, цитируемые в Mundo Obrero

Цитируемые философы



- Философы-марксисты
- Философы левого толка, в широком смысле
- Философы вне левой традиции

Марксизм представлен именами Маркса, Ленина и Грамши; в ту же категорию был отнесен развивший марксистскую и фрейдомарксистскую мысль С. Жижек. Обратим внимание на важную роль феминистского и гендерно-ориентированного дискурса в русле современной левой идеологии: из 13 философов 3 человека имели прямое отношение к разработке вопросов пола и гендера (С. Бовуар, Дж. Батлер, П. Пресиадо). Уважением пользуются экзистенциали-

сты; доказательством служат неоднократные отсылки к наследию Ж.-П. Сартра и С. Бовуар. Философов, не имеющих отношения к левой традиции, всего два — М. Фуко (который не относил себя ни к одной из школ, но мог оперировать теориями из разных направлений) и Ф. Бэкон (который не мог быть ни «левым», ни «правым», поскольку жил в эпоху Нового Времени). Важно отметить, что всех философов, фамилии которых отражены в диаграмме, объединяет проблема эмансипации и освобождения (понимаемого в широком смысле).

Выводы. Зарубежные СМИ левого толка, как видно на примере газеты *Mundo Obrero*, стремятся распространять левую идеологию с опорой на многогранный культурно-исторический фундамент. Обилие отсылок и цитат, апелляция куманистов к автори-

тетным личностям дополнительно легитимизирует левую политическую мысль в глазах читателя. При этом в современной Испании «левая» / коммунистическая легитимность базируется не только на марксистском наследии, а на обширном круге теоретических работ и высказываний, авторы которых могли не принадлежать к левому лагерю. Более яркой тенденцией, чем идеологическая «правильность», является литературоцентричность авторских текстов.

Левая идеология, будучи антиэлитарной, выводит на передний план героев, но героями могут становиться и простые люди. Издание транслирует принципиально важный фрейм: коммунизм не путь бедных или богатых, а этический выбор всех сторонников справедливости, независимо от принадлежности к той или иной страте.

Таблица 1

Категории отсылок в авторских материалах *Mundo Obrero* (2017–2021)

	Цитаты в тексте	Эпиграфы	Отсылки без цитат	Всего
Классики марксизма	8	–	2	10
Коммунисты и левые (мир)	6	–	5	11
Испанские коммунисты	4	4	8	16
Философы (мир)	6	1	5	12
Испанские философы	–	–	1	1
Писатели, деятели культуры (мир)	9	15	9	33
Испанские писатели, деятели культуры	15	8	6	29
Ученые (мир)	1	–	2	3
Испанские ученые	–	–	2	2
Другие авторитеты	5	2	3	10

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин. — Т. 5: Работы 1940–1960 гг. — М., 1996. — С. 159–206.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. — М., 1989.
3. Кристева Ю. Семиотика: Исследования по семанализу / Ю. Кристева. — М.; Академический проект, 2013. — 285 с.
4. Гришкова О. Н. Интертекст в аспекте дискурсивного понимания текста / О. Н. Гришкова // Русский язык: исторические судьбы и современность. — М., 2004.
5. Соколова В. М. К вопросу о взаимодействии ли-

тературы и журналистики: опыт испаноязычных стран / В. М. Соколова, Е. В. Коренева // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2021. — № 6. — С. 164–191.

6. Genette G. *Palimpsestes*. — Paris, Editions du Seuil // Traducción: Palimpsestos. — Madrid, Taurus, 1989.

7. Грамши А. Избранные произведения / А. Грамши. — Т. 3. Тюремные тетради. — М., 1959.

8. Antonio Franco M. El discurso periodístico a través de la lingüística textual / Antonio Franco M. // *Maracaibo: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. — V. 20, n. 43. — 2004.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Бодяшкин А. О., аспирант факультета журналистики
E-mail: alexey.b-vlg@mail.ru

Lomonosov Moscow State University,
Bodiyashkin A. O., Postgraduate Student of the Journalism
Faculty

E-mail: alexey.b-vlg@mail.ru

ПОДГОТОВКА КРЕОЛИЗОВАННОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕДИАЛИЧНОСТИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

В. В. Гаврилов

Сургутский государственный педагогический университет

Поступила в редакцию 27 августа 2023 г.

Аннотация: статья посвящена вопросам подготовки и оценки оригинального качественного креолизованного журналистского текста (КТ) будущими специалистами в области медиакоммуникаций. Делается вывод о высоком методическом потенциале КТ при их использовании в рамках вузовского медиаобразования. Умение составлять креолизованные тексты по предложенным критериям, по мнению автора, будет одним из показателей степени сформированности целостной медиаличности цифровой эпохи.

Ключевые слова: журналистский текст, креолизация, креативность, символическое значение, концептосфера, лингвокультурологический подход, мышление, языковая картина мира, СМИ, информация, цифровизация, эффективность.

Abstract: the article is devoted to the preparation and evaluation of the original high-quality creolized journalistic text (CT) by future specialists in the field of media communications. The conclusion is made about the high methodological potential of CT when using them in the framework of university media education. The ability to compose creolized texts according to the proposed criteria, according to the author, will be one of the indicators of the degree of formation of the integral media personality of the digital era.

Keywords: journalistic text, creolization, creativity, symbolic meaning, conceptual sphere, linguistic and cultural approach, thinking, linguistic worldview, mass media, information, digitalization, efficiency.

В последние два десятилетия интерес к изучению, классификации креолизованных текстов (КТ) в научной среде заметно вырос. По данному направлению на сегодняшний день в России написано уже более 60 диссертационных исследований, рассматривающих как содержательные (смысловые), так и формальные (структурные) особенности КТ. Полагаем, что это связано прежде всего с теми трансформационными процессами, которые происходят в журналистике цифровой эпохи. Мы имеем в виду, прежде всего, конвергентные процессы и процессы повсеместной цифровизации контента СМИ и медиа в целом. Теперь аудитории, потребителям уже недостаточно получать сообщения в рамках какой-то одной знаковой системы. Поскольку объем информации с каждым годом кратно увеличивается, транслировать ее традиционными способами достаточно сложно (рерайтинг, сжатие, отсеивание фейков, аналитика требуют от журналиста серьезных усилий), а на ее восприятие и рефлексию уходит большое количество времени у реципиента. Воздействие на аудиторию в современных условиях должно осуществляться одновременно с разных сторон, с использованием комплекса средств, имеющихся в распоряжении журналиста, чтобы подключить логическое мышление,

воображение, творчество воспринимающего информацию. Задача эта непростая.

В этой связи обращает на себя внимание технология GPT, которая позволяет обрабатывать большие объемы данных и в автоматическом режиме создавать различные медиапродукты. И здесь мы вновь возвращаемся к дискуссии о том, есть ли будущее у вузовского журналистского образования. В самом деле, что может противопоставить специалист медиапродуктам, созданным ИИ? Нам близка точка зрения авторитетного российского специалиста в области медиаобразования В. В. Тулупова, который уверен, что показателем высокого уровня медиаграмотности будет являться «способность к скрупулезному и оригинальному анализу как непременной составляющей мастерства публициста. И есть еще много азов и истин, которые открывает методика журналистского творчества, есть еще правовые и этические нормы профессии, методы и приемы социологии, психологии, экономики журналистики и многое другое, чему сегодня обучают на факультетах журналистики» [1, 7]. Автор настаивает на балансе теории и практики при подготовке журналистов в вузе. И совершенно очевидно, что в новых условиях преимуществами специалиста будут способность создавать оригинальные тексты, аналитическое мышление и творчество.

В этой связи совершенно оправдано введение в вузовское медиаобразование работы с креолизованными текстами (КТ), которые, по нашему мнению, обладают серьезным методическим потенциалом прежде всего в плане развития творческих способностей обучающихся, при этом работа будет иметь ярко выраженную практическую направленность.

КТ, как известно, являются сложной системой, соединяющей в себе вербальные и невербальные элементы, при этом визуальные, структурные и смысловые компоненты образуют единое функциональное целое. Так, О. В. Власова отстаивает идею о том, что любой КТ — особая форма коммуникации в новых социальных условиях. Исходя из данной предпосылки, автор предлагает свою типологию креолизованных текстов, их составляющих, дает им краткую характеристику [2]. Исследователь Ж. Гарби выделяет основные виды КТ, которые могут быть размещены на новостных сайтах в соответствии с их функциями и задачами (прежде всего для увеличения аудитории) [3]. Свое определение, а также перечень классификаций креолизованных текстов в одной из своих работ представляет Т. Д. Баева [4]. Стремится развести понятия «поликодовость» и «креолизация» на материале рекламных текстов глянцевого журнала исследователь Д. С. Шикина [5]. М. Д. Маричев в своей работе предлагает определить критерии, по которым можно классифицировать КТ, делает попытку описать характер связей между текстом и изображением [6].

Обсуждение содержания термина «креолизованный текст», его типологий и классификаций, сферы употребления (новостные сайты, реклама, печатная продукция и т. д.) в настоящее время активно продолжается. Так, исследователи А. А. Мусохранова, О. А. Крапивкина дают обзор различных классификаций креолизованных текстов (по степени креолизованности, социокультурной ориентированности, по типу коммуникации, гипертекстовой сложности, степени композиционной сложности, степени предполагаемой вовлеченности читателя). Авторы указывают на относительную новизну феномена и отмечают, что креолизованные тексты «выполняют различные функции, среди которых следует выделить аттрактивную, эстетическую, информативную, функцию организации текстового пространства и ряд других» [7]. Это тексты, «семиотически обогащенные», в них комбинируются разные семиотические системы, визуальное сопровождение, будучи в тесной связи с содержательной составляющей, все-таки играет ключевую роль.

Изначально креолизация понималась лингвистами как процесс освоения ценностей другой культуры. Затем термин стали трактовать как процесс формирования нового языка в результате взаимодействия нескольких языков [8].

Мы, вслед за А. А. Бернацкой, креолизацию понимаем как «комбинирование средств разных семио-

тических систем в комплексе, отвечающем условию текстуальности» [9, 109]. Средствами креолизации текстов считают шрифт, цвет, фон текста (цветной или иллюстрированный), средства орфографии, пунктуации и словообразования, иконические печатные символы, графическое оформление вербального текста, кернинг, интерлиньяж. При этом следует отметить, что этот перечень требует уточнения и дополнения.

Интерес в рамках нашего исследования представляет вышедшая сравнительно недавно коллективная монография «Креолизованный текст: смысловое восприятие», которая подтверждает тезис о том, что интерес к креолизованному тексту, его структуре, функциям и воздействию на аудиторию возрастает. Монография содержит результаты исследований, выполненных сотрудниками Института языкознания РАН. В ней приводится не только информация, связанная с характеристикой, смысловым восприятием креолизованного текста, описываются принципы его исчисления, но также приводятся данные экспериментов по исследованию восприятия текстов подобного рода, даются рекомендации по их построению [10].

Очевидно, что одной из разновидностей креолизованных текстов следует считать и столь популярные сейчас в социальных сетях мемы.

Термин «мем» (англ. meme) в свое время предложил английский ученый Р. Докинз. Он считал, что мем — это некий образ, который закрепляется в общественном сознании, «перенимается многими членами сообщества» [11].

Существуют различные классификации мемов. Так, например, исследователь Ю. В. Щурина делит все интернет-мемы на 4 группы: 1) текстовый мем: слово или фраза; 2) мем-картинка; 3) видеомем; 4) креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части [12].

Таким образом, креолизованными текстами мы можем считать не все виды мемов, а лишь те, в которых отмечается смешение языка и визуализации. Однако здесь же отметим важнейшее свойство креолизованного текста вообще и креолизованного мема как его разновидности: обладая определенной устойчивостью, они закрепляются в общественном сознании не столько благодаря удачному соотношению текста и картинки (визуального ряда), сколько тому, что опираются на культурные архетипы (уже — концепты), свойственные ментальному пространству конкретного народа. Нетрудно заметить, что КТ по своим характеристикам (как формальным, так и содержательным) близки к паремическим текстам (ПТ). Так, в лингвистике выделяются следующие свойства ПТ: «устойчивость, многофункциональность, обобщенность, синтаксическая самостоятельность, образность, вневременность, особое ритмо-интонационное и фонетическое оформление, дидактизм,

отражение ментальности» [13, 65]. Именно последний аспект из перечисленных приводит нас к мысли о том, что нельзя недооценивать взаимосвязь креолизованного текста и культурного пространства, в рамках которого он создается.

Учитывая сказанное, мы бы хотели сконцентрировать свое внимание на этапах овладения журналистом / медийной личностью механизмом создания качественного оригинального креолизованного текста. Безусловно, нужны критерии (хотя бы общие) оценки эффективности КТ. И создание эффективно креолизованного текста, соответствующего обозначенным критериям, вне всякого сомнения, будет являться показателем сформированности целостной медийной личности.

В эпоху цифровизации СМИ, конвергенции жанров (одним из результатов которой и стало появление КТ) именно целостная медийная личность способна не только противостоять угрозам, которые несет интернет-пространство, но и активно в нем существовать, творчески перерабатывать информацию, реализовывать себя. Это касается всех членов общества, но прежде всего журналистов. О медийной личности, ее свойствах, различных аспектах формирования мы писали неоднократно. Здесь же кратко укажем, что под термином «целостная медийная личность» нами понимается личность, «обладающая рядом необходимых и сформированных в достаточной степени характеристик, благодаря которым она способна адекватно оценивать современное состояние медиасреды, эффективно использовать информационные технологии и средства коммуникации с целью успешной самоидентификации, социальной адаптации и профессиональной реализации» [14, 434]. Мы выделяем следующие характеристики целостной медиальности: стремление к профессиональной самореализации, способность к рефлексии, знание медиарынка, умение работать с информацией (получение, анализ и прогнозирование, переработка), умение работать с цифровыми технологиями в условиях конвергентной редакции, высокая речевая культура, четкая гражданская позиция, творческие способности, постоянное самообразование и саморазвитие, умение работать с аудиторией (обратная связь, анализ общественного мнения) [14]. Нетрудно заметить, что ключевыми являются характеристики, имеющие отношение к творчеству (в эпоху цифровизации СМИ) и умение работать с аудиторией. Эти два аспекта определяют, на наш взгляд, успешность «существования», профессиональной деятельности специалиста на медиарынке, но они, в свою очередь, невозможны без знания традиций народа, общественных настроений, социокультурной нормы.

Каковы же критерии оценки креолизованного текста с точки зрения его воздействия на аудиторию, то есть с точки зрения его эффективности? Авторы коллективной монографии «Креолизованный текст:

Смысловое восприятие» выделяют семь факторов, по которым оценивается степень воздействия КТ на аудиторию: «Они получили названия ОЦЕНКА, ЕСТЕСТВЕННОСТЬ, СИЛА, ОБРАЗНОСТЬ, РОМАНТИЧНОСТЬ, ДИНАМИЧНОСТЬ, ОБЫКНОВЕННОСТЬ. Фактор ОЦЕНКА составляют шкалы холодный, светлый, агрессивный, яркий, приятный спокойный (холодный и агрессивный относятся к отрицательному полюсу шкалы, остальные качества — к положительному)» [10, 101].

Как видим, эффективность креолизованного текста оценивается исследователями прежде всего с психо-эмоциональных позиций. Возможно, этим объясняется вероятностный характер результатов экспериментов, о чем говорят сами авторы: «Установленные закономерности являются вероятностными. Это объясняется тем, что существуют четыре механизма интерсемиотического перевода, и невозможно стопроцентно прогнозировать включение конкретного механизма (потому что даже при наличии всех предпосылок для включения определенного механизма, например, собственно интерсемиотического, может включиться другой механизм). Разные механизмы интерсемиотического перевода имеют в основе действия различные параметры вербального текста и изображения, которые актуализуют включение определенного механизма. Поэтому даже установив все параметры конститuentов КТ, стопроцентный прогноз его восприятия дать невозможно. Возможно рассчитать вероятность появления определенного эффекта» [10, 191–192]. Более объективными, как нам кажется, являются предложенные исследователями показатели оценки собственно текстового материала: «Параметр 1. Корреляция со шкалами семантического дифференциала. Поскольку в нашем эксперименте происходит оценивание текста по шкалам семантического дифференциала, то в первую очередь важно соотношение содержания и формы вербального текста с семантикой прилагательных-именных шкал. <...> Параметр 2. Содержание текста. Оценка текста может зависеть от его содержания. <...> Параметр 3. Синтаксис текста. К этому параметру мы относим соотношение числа простых и сложных предложений в тексте, количество сложноподчиненных предложений, причастных и деепричастных оборотов, сравнений, обособлений, однородных членов. Предполагается, что эти элементы усложняют прочтение и восприятие текста, что может сказаться на его оценке. Параметр 4. Лексическое наполнение текста. Текст может содержать общеупотребительную, диалектную, жаргонную, профессиональную, устаревшую лексику, неологизмы. <...> Параметр 5. Наличие тропов и перцептивных образов» [10, 90–92]. Следует отметить формальный характер критериев и его неполноту. Указаны не все ярусы языка, а только лексический и синтаксический. Кроме того, текст оценивается с линейных позиций (синтагма-

тика). Подобный подход, мы убеждены, неприемлем при анализе, поскольку КТ — это, как неоднократно говорилось, семиотически осложненный текст, в нем соединяются элементы различных знаковых систем, и язык не является в данном случае основным, определяющим. Необходимо при анализе преодолеть привязку к формальной его структуре (пусть даже яркой, выразительной, оригинальной), выйти на содержательный уровень через связь креолизованного текста с культурой народа, социокультурной нормой, интенциями говорящего и социальными ожиданиями.

Учитывая все вышесказанное, мы предлагаем рассматривать креолизованный текст (и оценивать его эффективность) с лингвокультурологических позиций, что позволит нам включить в алгоритм анализа КТ ряд аспектов, оказавшихся вне поля зрения исследователей.

Критерии оценки КТ (лингвокультурологический подход)

1) *Антропоцентричность*. Как известно, любой текст, в том числе и журналистский, создается человеком, для человека и о человеке (см. исследования Е. А. Гончаровой). Здесь мы считаем важным проанализировать, как через языковые средства реализуются интенции автора, как представлена его языковая картина мира, его мировоззрение, философские, религиозные взгляды.

2) *Социологичность* (М. М. Бахтин) — актуальность, связь с конкретным временем и пространством, социальным устройством, отношение автора к социальным проблемам, соответствие / несоответствие гражданской позиции автора культуросообразной норме.

3) *Диалогичность* (М. М. Бахтин) — открытость, возможность интерпретирования, полемичности с реципиентом, то есть важно понять, насколько авторский текст открыт для обсуждения в публичном пространстве, предполагает ли он плюрализм мнений, суждений по заявленной проблеме.

4) *Образность / выразительность* — способность вызывать систему представлений благодаря использованию автором спектра выразительных средств (тропов и фигур речи).

5) *Концептуальное пространство КТ* (А. Вержбицкая, Ю. С. Степанов, Д. С. Лихачев и др.) — оценка связи языка текста с культурой народа. Концептосфера текста — своего рода модель, непосредственным образом, связанная с языковой картиной мира автора (алгоритм анализа концептуального пространства текста подробно описан в: [15]).

6) *Креативность*. Существует немало инструментов, благодаря которым мы можем оценить уровень креативности человека (см. исследования С. Медника, тест РМК и т.д.). Однако нам важно дать оценку уровню творческого переосмысления социального факта и его креативной подачи в КТ: оригинальность,

преодоление стереотипов и шаблонов, соотнесение текстового и визуального уровней.

7) *Устойчивость*. Повторим: креолизованный текст обладает рядом свойств паремических текстов, главные из которых, — устойчивость и воспроизводимость. Именно эти характеристики позволяют КТ (и интернет-мему как его разновидности) закрепиться на достаточно длительное время в ментальном поле народа. Полагаем, оценка КТ как паремического текста, выход на символический уровень могут дать немало ценного материала для исследователей.

В этой связи можно предложить следующий алгоритм анализа КТ как паремических текстов:

1. Характеристика пресуппозиции (дополнительной информации, не представленной в тексте, но связанной с ним), экстралингвистический уровень.

2. Определение символических значений ключевых слов.

3. Анализ соотнесенности символических значений слов КТ и символов графического сопровождения с информацией текста.

4. Свертывание (обобщение) информации исходного текста в конечное число образов внутренней речи, которые фиксируются в виде опорных сигналов (концепты, денотативно-предикативное структурирование КТ).

5. Интерпретация текста (разворачивание КТ на новом семиотическом уровне).

По нашему мнению, *любой журналистский текст* (устный или письменный, в любой знаковой системе, составленный профессиональным или «общественным» журналистом) *должен быть в той или иной степени креолизованным*, иначе говоря, быть переработанным / переосмысленным творчески, иметь, кроме текстовой составляющей, визуальное сопровождение, то есть не один, а два и более плана содержания («семиотические уровни / слои»), затрагивать концептосферу народа, глубинные, архетипические области восприятия реципиентом информации. Учитывая данные тезисы, рассмотрим аспекты освоения креолизованного текста журналистом: 1) креолизованный текст как семиотически нагруженный текст; 2) символические значения слов; 3) концептосфера креолизованного текста; 4) КТ и социум; 5) креолизация рекламного текста; 6) креолизация текстов СМИ; 7) креолизация кинотекста; 8) креолизация средств наглядной агитации и других типов медиатекстов; 9) креолизация конвергентных текстов; 10) критерии оценки эффективности КТ.

Проиллюстрируем сказанное выше примерами¹. Чаще всего креолизованные тексты используются в рекламе, поскольку, будучи эмоционально и семи-

¹ Данные креолизованные тексты взяты из аналитического обзора, опубликованного 5.07.2012 в ЖЖ автора «*phylologist*». — Режим доступа: <https://phylologist.livejournal.com/> (дата обращения: 13.12.2022).

отически нагруженными, оказывают более сильное воздействие на аудиторию, нежели тексты традиционных форматов.

Рисунок 1 — «Мы вас развяжем»



Данный КТ (см. рис. 1) имеет текстовую, включающую слоган, и графическую часть. Также используются различные цвета, выделения и виды шрифтов (не всегда хорошо читаемых). Антропоцентричность реализована благодаря фото связанного мужчины, а также благодаря сформулированной проблеме. Несомненна и «социологичность» КТ. Текст призывает оформить в собственность земельный участок и освободиться от проблем. Диалогичность выражается прежде всего в обращении на «вы» в слогане «Мы вас развяжем!». Восклицательный знак усиливает эмоциональность. Слоган призывает прочитавшего текст как можно скорее решить имеющуюся проблему. Образность заключается в разрушении, т.е. употреблении в прямом значении фразеологизма «быть связанным (обязательствами и т.д.)», что можно считать элементом языковой игры. Фото связанного, кричащего от бессилия человека подкрепляет этот образ на уровне визуализации. Базовым концептом в данном случае можно считать слово «освобождение / свобода» (т.е. то, что на самом деле предлагает компания, а не услугу). Концепт «свобода» входит в ряд основополагающих концептов ментального пространства русского народа, он лежит в основе многих художественных произведений, во многом определяет наши национальные традиции и поведенческие нормы. Концепты ближайшей периферии (*оформление (услуга), участок, собственность, профессионализм, юридический центр*) только подкрепляют, усиливают «архетипичность» базового концепта. Авторы продемонстрировали определённый уровень креативности, переосмыслив фразеологизм, выбрав эмоциональную иллюстрацию, доведя до крайности, практически до абсурда проблему с оформлением земельного участка, сделали ее в буквальном смысле «кричащей»². Устойчивость (а значит, запоминаемость, воспроизводимость) данного КТ обеспечивается

² Как известно, слово «реклама» восходит к латинскому «reclamāre», то есть «громко кричать».

ется обращением к фразеологизму (паремии) и его переосмыслением, игрой со смыслами на уровне концептосферы, обращением к одному из основополагающих концептов русской культуры — свободе. Однако при всех описанных достоинствах данного КТ в целом он производит негативное воздействие на потребителя, поскольку в погоне за яркостью и образностью авторы продемонстрировали негативную эмоцию (первый план). В этой связи мало у кого найдется желание осваивать глубинные планы: концептуальный, семиотический, — оценивать изящество языковой игры. КТ не привлекает внимание, а отталкивает от себя читателя, что значительно снижает его эффективность.

Следующий пример КТ кажется нам более удачным (см. рис. 2).

Рисунок 2 — Универсальный ключ к вашим услугам



Созданный в сдержанной цветовой гамме, с использованием неброского шрифта, данный КТ все же не менее нагружен эмоционально, чем предыдущий текст, однако вызывает исключительно положительные эмоции. Базовыми ценностями для большинства россиян являются дом, семья, уют, безопасность, контроль, опять же — свобода (в решениях и поступках). Здесь также обыгрывается / переосмыляется на вербальном и визуальном уровне фразеологизм «универсальный ключ» (ср. *ключ от всех дверей, ключ к разгадке, ключ к сердцу (кого-то)*). Обилие в русском языке устойчивых образных выражений с базовым концептом «ключ» только подтверждает правильность выбранного авторами пути по созданию КТ. Кроме основного символа присутствует в креолизованном тексте символ дополнительный, усиливающий основной, — мы имеем в виду медвежонка в свитере корпоративных цветов. Детская игрушка является символом дома, уюта, детей, защищенности, заботы, радости. Как видим, по всем обозначенным нами критериям оценки КТ данному тексту можно поставить высшие баллы. Он отличается высокой степенью креативности, диалогичности, глубиной понимания социальных и культурных особенностей

российского социума и каждого человека в отдельности, транслирует основной рекламный посыл ненавязчиво, но с высокой степенью эмоциональности. Эффективность данного текста можно считать достаточно высокой.

Итак, несмотря на высокий научный интерес к проблеме описания креолизованного текста, следует отметить, что многие аспекты требуют глубокого осмысления. Так, для нас совершенно очевидно, что КТ следует рассматривать как семиотический и культурологический феномен с несколькими планами значений. Следовательно, формальный (структурный) подход не может дать сколько-нибудь значимых результатов, если мы говорим о связи текста с культурой народа, о степени воздействия на реципиента, о его функционировании в медиапространстве. В этой связи необходимо выработать объективные и четкие критерии, по которым мы можем оценить эффективность КТ (подобная попытка предпринята в данной статье). При этом совершенно очевидно, что КТ обладают серьезным методическим потенциалом, позволяя педагогам развивать у будущих журналистов (в условиях цифровизации медиапространства) такие ключевые качества, как аналитическое мышление и творчество.

В этой связи умение создавать оригинальные «эффективные» медиатексты по определенным критериям, с учетом лингвокультурологической составляющей, становится одним из ключевых показателей степени сформированности целостной медиальности как журналиста, так и обычного пользователя, стремящегося реализовать свои творческие способности в медиапространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тулупов В. В. О вузовском журналистском образовании / В. В. Тулупов // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2016. — Т. 22. — № 3 (153). — С. 7–13.
2. Власова О. В. Креолизованный текст: понятие и типология / О. В. Власова // Иностраный язык и культура в контексте образования для устойчивого развития. —

2019. — Вып. 9. — С. 158–164.

3. Гарби Ж. Новостные сайты как площадка для размещения креолизованных текстов разных видов / Ж. Гарби // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. — 2022. — Т. 2. — № 2. — С. 157–163.
4. Баева Т. Д. Понятие креолизованного текста и его классификации / Т. Д. Баева // GLOBUS. — 2020. — № 2 (48). — С. 38.
5. Шикина Д. С. О терминах «поликодовость» и «креолизация» в описании рекламного текста глянцевого журнала / Д. С. Шикина // Вестник Московского государственного областного университета. — 2018. — № 2. — С. 351–363.
6. Маричев М. Д. Особенности креолизованного текста и его классификации / М. Д. Маричев // E-Scio. — 2022. — № 8(71).
7. Мусохранова А. А. Типология креолизованных текстов / А. А. Мусохранова, О. А. Крапивкина // European StudentScientificJournal. — 2014. — № 3. — Режим доступа: <https://sjes.esrae.ru/ru/article/view?id=279> (дата обращения: 18.07.2023).
8. Яценко Н. Е. Толковый словарь обществоведческих терминов / Н. Е. Яценко. — СПб., 1999.
9. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение: Специализированный вестник. Вып. 3 (11). — Красноярск. — 2000. — С. 104–110.
10. Креолизованный текст: Смысловое восприятие. Коллективная монография. — М., 2020.
11. Докинз Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. — М., 1993.
12. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Научный диалог, 2012. — № 3. — С. 164.
13. Кацюба Л. Б. Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции) // Л. Б. Кацюба / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. — 2013. Т. 10. — № 1. — С. 65–67.
14. Гаврилов В. В. Виды контроля в формировании целостной медиальности студента-журналиста в российских вузах / В. В. Гаврилова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2022. — Т. 41. — № 3. — С. 432–442.
15. Бабенко Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика / Л. Г. Бабенко. — М., 2004.

Сургутский государственный педагогический университет

Гаврилов В. В., кандидат педагогических наук, доцент кафедры филологического образования и журналистики, E-mail: victorg12@mail.ru

*Surgut State Pedagogical University
Gavrilov V. V., Candidate of Pedagogy, Assistant Professor of the Philological Education and Journalism Department
E-mail: victorg12@mail.ru*

ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ ALIEXPRESS В РОССИИ

Дин Хао

Южный федеральный университет

Поступила в редакцию 20 августа 2023 г.

Аннотация: целью данного исследования является репрезентация вербальных и невербальных средств рекламы, используемых в рекламной кампании торговой площадки Aliexpress в России. Источниками для исследования послужили баннеры, плакаты, онлайн-страницы официального сайта компании, отобранные методом сплошной выборки. Выявление специфики вербальных и невербальных компонентов рекламного сообщения определяет прагматический потенциал, влияющий на коммуникативные стратегии и тактики для привлечения внимания целевой аудитории.

Ключевые слова: соотношение вербальной и невербальной информации, реклама, рекламный текст, китайские товары, AliExpress.

Abstract: the aim of this study is a represent the verbal and non-verbal means of advertising used in the advertising campaign of the «Aliexpress» trading platform in Russia. Sources for the study were banners, posters, online pages of the company's official website, selected by continuous sampling. Identification of the specifics of the verbal and non-verbal components of an advertising message determines the pragmatic potential that influences communication strategies and tactics to attract the attention of the target audience.

Keywords: the relationship of verbal and non-verbal information, advertising, advertising text, Chinese goods, AliExpress.

Современное информационное пространство перенасыщено рекламой, которая прочно вошла в жизнь человека. Рекламные сообщения используют языковые единицы всех уровней, возможности их выразительности, а также иллюстративный материал с графическими составляющими, комплекс которых способен воздействовать на восприятие информации посредством стереотипизации мышления, жизненного опыта отдельного индивида или общества в целом. Данный тезис находит отражение в работе М. В. Крапивкиной, которая отмечает, что «рекламные тексты, как и большинство текстов массовой коммуникации, составляются заранее, в них нет места экспромту, однако, в отличие от других письменных жанров, в рекламе особенно велика доля элементов разговорного стиля языка, призванных либо вовлечь адресата в воображаемый диалог, либо имитировать речь действующих персонажей, с которыми адресат, по замыслу создателей рекламы, идентифицирует самого себя [1, 114].

Стремление к цифровизации, компьютеризации и упрощению в различных сферах, в том числе в сфере торговли, способствует тому, что реклама рассматривается как манипулятивная коммуникация, цель которой — вовлечь в незримый диалог, побудить к действию, заставить сделать выбор в свою пользу. Эффективность такой коммуникации напрямую зависит от выбора инструментов продвижения товаров

и услуг, от социальных установок, от эмоционально фона, национально-культурных особенностей индивида и т.д. Для того, чтобы привлечь внимание целевой аудитории к определенному продукту, необходимо искать новые пути и решения, чтобы рекламный текст имел успех. Так, В. Е. Сибатров рассматривает рекламный текст как «коммуникативную единицу, созданную по определенному замыслу автора посредством различных языковых и экстралингвистических средств, содержащую в себе информацию о рекламируемом товаре или услуге, максимально приспособленную для активного продвижения рекламируемых объектов на рынке» [2, 67]. Анализируя особенности рекламного текста, О. В. Дробышева определяет ряд универсальных и специфических характеристик, присущих рекламному тексту, среди которых «знаковость, структурность, сжатость, ярко выраженная прагматичность, специфичность денотата, связанная с рекламируемым продуктом или услугой» [3, 74].

Для рассмотрения вербальных и невербальных средств, используемых в рекламе торговой площадки AliExpress, принимается во внимание следующий тезис Е. С. Шабая: «реклама, имеющая в основании прагматическую информацию, отвечает насущным потребностям массового общества и апеллирует к наиболее значимым ценностям, содействуя закреплению их устойчивости» [4, 139]. Как отмечает ученый, реклама направлена, прежде всего, на воздействие с целью заставить потенциального потре-

бителя сформировать определенное мнение относительно рекламного сообщения. Важную роль здесь играют средства воздействия, а именно вербальные и невербальные единицы, которые сами по себе не являются средствами выражения оценки, так как «сама прагматика рекламной коммуникации носит преимущественно оценочный характер» [4, 140].

Подчеркивая прагматическую составляющую рекламы, ее безусловную адресность и оценочность, в данной статье мы обращаемся к комплексному анализу фактического материала, включающему вербальные и невербальные средства, объективирующие рекламу торговой площадки AliExpress в России.

Так, традиционно в вербальной составляющей рекламного сообщения выделяются три основные части: слоган (рекламный лозунг), заголовок, основной рекламный текст. Г. Г. Почепцов считает, что наличие трех структурно различаемых компонентов в рекламном сообщении означает, что «каждый из этих элементов должен что-либо вносить от себя — ни в одном из них не должно быть «пустых мест», «провалов», ничего не вносящих в «целое» [5, 297]. При этом следует уточнить, что не всегда в рекламном сообщении присутствуют все компоненты, либо вербальная часть несет наибольшую информационную нагрузку с точки зрения семантики. Важным фактором является способ представления информации (место размещение, фон, формат текста, шрифт, цвет и мн. др.) в соотношении с изобразительным элементом (иллюстрацией). Отметим, что визуальная часть рекламы за счет своей яркости, оригинальности, привлекательности, иногда — странности, иллюстрируя вербальную информацию, прибавляет еще образности и выразительности, больше привлекает внимание. Зачастую соотношение вербальной и невербальной составляющей рекламы создает новые коннотации и семантические оттенки.

Относительно невербальной составляющей рекламного сообщения можно заключить, что она, как и текстовая, может состоять из ряда компонентов, которые логично структурированы в работе Л. Г. Лузиной. Исследователь выделяет несколько способов передачи изображений (каждое из которых выполняет в рекламном сообщении определенные задачи):

- «1) документальное изображение — фотография, видеоролик;
- 2) статическое изображение — рисунок, фотография;
- 3) динамичное изображение — мультипликация, видеоролик;
- 4) логотип — визуальный символ. В целом успех рекламы в немалой степени зависит и от правильного выбора шрифта, от расположения текстовых блоков» [6, 45].

В исследовании М. Б. Ворошиловой представлена обобщенная и, на наш взгляд, логичная классификация способов корреляции компонентов рекламного

сообщения, которую мы взяли за основу анализа рекламы торговой площадки AliExpress. Исследователь выделяет три ключевые модели:

«Наглядное изображение», основанное на прямой денотативной соотносительности элементов.

«Корреляция», или опосредованная денотативная соотносительность.

«Ассоциативная смежность» [7, 40].

Приведем примеры каждой модели начиная с наглядного изображения, в котором вербальная и невербальная составляющие обозначают один рекламируемый продукт, а именно — логотип торговой площадки (рис. 1).

Рис. 1



Здесь мы видим яркую, но минималистическую эмблему, используемую в мобильном приложении, состоящую из комбинации двух основных цветов компании — оранжевого и красного, которые вызывают положительные эмоции у потенциальных покупателей. Два квадрата с округленными краями и белой дугой представляет собой стилизованную сумку для покупок с надписью AliExpress.

Второй иллюстрацией корреляции содержания может служить следующий пример (рис. 2.), в котором прослеживается связь с предыдущим примером логотипа компании, изображающего сумку для покупок с надписью AliExpress, однако вербальный и невербальный коды взаимодействуют наряду с ассоциативной связью, акцент с логотипа смещается на заголовок рекламного сообщения «Топ 100 самых популярных товаров», а дуга в виде ручки сумки для покупок может ассоциироваться со стилизованным графическим изображением смайлика, которое располагает к незримой коммуникации между покупателем и продавцом.

Рис. 2



К третьему примеру можно отнести любой рекламный текст, так как зачастую вербальные и невербальные средства всегда дополняют друг друга, создавая тем самым более яркий, запоминающийся образ (рис. 3). Так, часто сравниваются приложения AliExpress и AliExpress new, где представлены оба логотипа и размышляющий о выборе молодой человек.

Рис. 3



Важным компонентом рекламы, ключевой идеей самого торгового предложения является слоган. Т. П. Свекла отмечает, что «слоганы для рекламы, — донесение до потребителя основного отличия или преимущества рекламируемого товара относительно других, создание определенного эмоционального отношения потребителя к товару или его качества и побуждение к приобретению товара» [8, 88]. Рассмотрим следующие примеры слоганов торговой площадки AliExpress: *Покупай умнее, живи веселее*. Данный слоган содержит положительный эмоциональный заряд, на что указывает прилагательное «веселее», а также прямо побуждает к покупке с помощью глагола в повелительном наклонении «покупай».

Отметим, что AliExpress является лидирующей торговой площадкой, занимающейся онлайн-реализацией товаров из Китая с их доставкой на территорию России и других стран. Как известно, у компании сложился имидж недорогой «барахолки» с низким качеством товаров, которая месяцами задерживала доставку. Сейчас же российский AliExpress — независимая от глобальной компании структура, которая предлагает качественные товары по доступным ценам с быстрой доставкой, о чем свидетельствуют ее слоган: *Верной дорогой идете!* Данный пример отсылает к тексту плаката Н. Терещенко (1961 г.): *Верной дорогой идете, товарищи!* (из выступления В. И. Ленина на IX Всероссийском съезде Советов в 1921 г.). Значение данной фразы в лексикографических источниках определяется следующим образом: «О правильном подходе к решению проблемы» [9, 78].

Кроме онлайн-реализации потенциально значимой информации, появился шоурум, офлайн-представительство сайта AliExpress.com с интересным на-

званием «Трогательный павильон», где покупатели имеют возможность ознакомиться с продукцией, доступной на маркетплейсе, перед ее приобретением, убедиться в соотношении цены и качества товара, о чем свидетельствует слоган «Ощутите качество. Померь здесь», который причисляет адресата к целевой аудитории посредством побуждения к действию — *ощути, померь*.

Известно, что международная интернет-площадка розничной торговли AliExpress популярна из-за частых распродаж и сезонных скидок, которые также нуждаются в рекламе. Соотношение вербальных и невербальных средств создают «глобальный» смысл при помощи оттенков значения как языкового содержания, так и графического (рис. 4).

Рис. 4



Так, данный пример содержит вербальный элемент «Великая Китайская распродажа», коррелирующий с наименованием крупнейшего памятника архитектуры Китая — Великая Китайская стена, который, кроме основного значения, имеет коннотативный фон «непреодолимый барьер, что-то могущественное». Текст напечатан крупным белым шрифтом и размещен на красном фоне, который также является основным цветом флага Китая.

Еще одним примером рекламы распродажи, оформленном посредством использования совокупности вербальных и невербальных средств, может стать следующая иллюстрация (рис. 5):

Рис. 5



На данном рекламном изображении мы видим красный фон как один из основных цветов компании, а также фото ранее популярного российского шоумена Максима Галкина, который ранее был амбассадором интернет-компании. Жестом, который подкреплен текстовым сообщением «самая громкая распродажа года», он сообщает о начале распрода-

жи. Обратим внимание на тот факт, что в лексеме «громкая» буква *О* изображена в виде колонки, что способствует усилению эффекта смыслового содержания наряду с визуализацией.

Таким образом, проведенный анализ иллюстративного материала помогает сделать заключение о том, что именно выявление специфики вербального и визуального компонентов рекламного сообщения позволяет определить прагматический потенциал рекламы, учитывающий коммуникативные стратегии маркетологов. Рассмотренный инструментарий создания целостного образа торговой площадки AliExpress в России подтверждает тот факт, что рекламный текст характеризуется образностью, метафоричностью, взаимодействием обязательных конструктивных элементов языковых и неязыковых знаков — изображений, жестов, создающих специфический контекст понимания. Комплексное и системное исследование вербальных и невербальных средств рекламы торговой площадки AliExpress в России позволит установить национально-культурный потенциал зарубежной рекламы на российском медиарынке, выявить ключевые составляющие, моделирующие образ успешной визуальной рекламы. Перспективой дальнейшего исследования является изучение особенностей вербальной и визуальной рекламы китайских товаров в русскоязычном рекламном дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крапивкина М. В. Соотношение вербальных и визуальных структурных элементов рекламного объявления (на материале немецких «мужских» журналов) / М. В. Крапивкина // Актуальные проблемы филологической науки.

*Южный федеральный университет
Дин Хао, аспирант кафедры русского языка для иностранных учащихся Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации
E-mail: 280291123@gg.com*

Взгляд нового поколения: доклады студентов и аспирантов филологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. — 2007. — Вып. 3. — С. 113–119.

2. Сибатров В. Е. Грамматические характеристики испанских рекламных текстов / В. Е. Сибатров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: Языки и специальность. — 2009. — № 2. — С. 65–69.

3. Дробышева О. В. Структурно-семантическая организация рекламного текста / О. В. Дробышева // Язык и культура / Сборник материалов II международной научно-практической конференции. — Ч. 1. — С. 74–79.

4. Шабай Б. С. Культурно-прагматический аспект языка рекламной информации / Б. С. Шабай // Вестник Донского государственного технического университета. — 2007. — Т. 7. — С. 139–145.

5. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. — М.: Центр, 2004. — 331 с.

6. Лузина Л. Г. Вербальные и невербальные средства воздействия в рекламе / Л. Г. Лузина // Рекламная коммуникация: лингвокультурный аспект: сб. обзоров. Сер. «Теория и история языкознания». — М., 2011. — С. 41–48.

7. Ворошилова М. Б. Креолизованный рекламный текст: аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Уральский филологический вестник. — 2012. — № 2. — С. 39–43.

8. Свекла Т. П. Слоган как основной компонент рекламного сообщения и его влияние на массовое сознание / Т. П. Свекла // Коммуникативные исследования. — 2015. — № 3 (5). — С. 87–95.

9. Мокиенко В. М. Большой словарь русских поговорок / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. — М.: ОЛМА Медиа Групп, 2013. — 783 с.

*Southern Federal University
Ding Hao, Postgraduate Student of the Russian Language for Foreign Students Department, Institute of the Philology, Journalism and Intercultural Communication
E-mail: 280291123@gg.com*

СУТОЧНАЯ И НЕДЕЛЬНАЯ ДИНАМИКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ ТЕЛЕКАНАЛА «ХУНАНЬ»

Ю. И. Долгова, Ин Чжан

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 28 августа 2023 г.

Аннотация: исследуется суточная и недельная динамика программирования ведущего китайского телеканала «Хунань». Выделяются популярные форматы. Изучается востребованность развлекательно-познавательных проектов.

Ключевые слова: китайское телевидение, развлекательное телевидение, форматы телевидения, тайм-слот, программирование телеканала.

Abstract: the daily and weekly dynamic of programming of the popular Chinese TV channel «Hunan» is investigated. Popular formats have been highlighted. The relevance of entertainment and educational projects has been studied.

Keywords: Chinese television, entertainment TV, television formats, timeslots, TV programming.

Актуальность. Телеканал «Хунань» — один из самых известных универсальных телеканалов Китая, занимает немаловажное место в истории китайского телевидения, хотя вещает только с 1997 г. [1]. «Хунань» завоевал популярность благодаря своему развлекательному контенту: хорошо известны такие его развлекательные программы, как «Хэппи Кэмп» («Happy Camp») и «Дей Дей Ап» («DayDayUp»). Согласно отраслевому докладу «Рейтинги телевидения в Китае» с 2009 по 2020 гг. «Хунань» занимал первое место в списке телеканалов, уступив первенство в 2018 г. Телеканалу «Пекин», а в 2021–2022 гг. телеканалу «Чжэцзян» [2]. Тем не менее даже в 2021 г. на долю «Хунань» приходилось пять из десяти программ списка самых популярных телесериалов, и семь из десяти — популярных развлекательных программ провинциальных телеканалов [3]. Несмотря на то что «Хунань» формально универсальный телеканал, он также часто воспринимается как развлекательный благодаря значительному количеству соответствующего контента в сетке вещания.

Программирование как процесс выбора контента для трансляции и расстановки его в сетке вещания является одной из составляющих успеха в телевизионной индустрии [4]. С этой точки зрения опыт изучения программирования ведущего телеканала КНР чрезвычайно полезен для других китайских вещателей. Телевидение Китая редко становится предметом изучения российских исследователей, тогда как анализ практики телевещания Поднебесной мог бы иметь научно-практическую ценность и для российских телевизионных продюсеров. Китайские телеканалы даже в условиях ориентации на рейтинговые показатели стремятся сохранить

социально-значимые телевизионные программы, уделяют повышенное внимание воспитательно-образовательной функции [5]. Знакомство с таким опытом могло бы быть полезным для России.

Обзор литературы. Российские исследователи часто обращались к изучению развлекательного контента. Авторы неоднократно предпринимали попытку классификации развлекательных телепрограмм [6–9]. Специфика программирования современного телевидения также не раз становилась предметом исследования российских ученых [10–11], в их поле зрения закономерно попадали и развлекательные телеканалы [12]. Однако российские исследователи не обращались к изучению китайского опыта.

Взрывное развитие информационных технологий в XXI веке привело к значительным изменениям на медиарынке КНР. Крупномасштабное производство развлекательных телепрограмм телевизионными СМИ для борьбы за аудиторию стало привлекать внимание ученых [13–17]. В ходе развития телевидения развлекательный контент стал основой конкурентоспособности. Среди существующих работ о развлекательном телевидении КНР следует отметить труд Сунь Юйшуан и Тянь Лэй, в котором исследовались проблемы развития телепрограмм данного вида [14]. Кроме того, ученые изучали управление брендом развлекательного телевидения [15]; развлекательное телевидение как инструмент формирования культурных ценностей [16]. Ли Жуйчжи и Цю Сютонг исследовали специфику позиционирования развлекательных телеканалов на рынке [17]. Исследовались теории программирования [18]. Особенностям программирования, специфике расстановке передач в сетке вещания телеканала «Хунань», исследователи внимание не уделяли.

Методология. В целях изучения специфики программирования телеканала «Хунань» было проведено количественное исследование, в ходе которого были систематизированы форматы, программируемые в разные тайм-слоты в будние и выходные дни. Данная работа позволила проследить недельную и суточную динамику программирования популярного китайского телеканала «Хунань», выделить востребованные для продюсирования в разные дни недели и тайм-слоты телевизионные форматы.

В эмпирическую базу были включены все телевизионные программы, которые транслировались в течение недели с 9 по 15 января 2023 года. Основываясь на опыте исследования телевизионного программирования в России, а также общетеоретическом представлении о зависимости телевизионного программирования от ритма жизни аудитории мы предположили следующее.

Гипотеза 1. Программирование будних дней будет в значительной степени отличаться от программирования выходных.

Основываясь на точке зрения, что в силу общественно-политических, экономических и исторических факторов на китайском телевидении будет развито не только развлекательное вещание, но и социально-значимые проекты, мы сформулировали предположение.

Гипотеза 2. Помимо популярных развлекательных форматов существенное место в эфире китайского телеканала занимают социально-значимые передачи.

В ходе изучения теоретических работ по жанрово-форматному своеобразию современного телевидения и пилотного исследования было выделено 10 телевизионных форматов [10–11; 19]: документальный фильм, реалити-шоу, телевизионный сериал, новости, мультфильм, ток-шоу о здоровье, прогноз погоды, кулинарное шоу, концерт, беседы о китайской культуре.

Среди данных проектов мы выделили пять, которые обладают большей социальной значимостью: документальный фильм, новости, ток-шоу о здоровье, кулинарное шоу, беседа о китайской культуре и прогноз погоды. Для определения социальной значимости мы основывались на классификаторе

Г. В. Кузнецова, где к социально-значимым отнесены информационные, публицистические, познавательные-развлекательные и культурно-просветительские телепрограммы [19].

Для того чтобы проследить суточную динамику программирования, эфирный день был разделен на шесть временных периодов: раннее утро (с 05:00–08:00), позднее утро (08:00–10:00), день (10:00–16:00), предпрайм (16:00–19:00), прайм-тайм (19:00–23:00), постпрайм (23:00–02:00) и ночь (02:00–05:00). Деление было сделано согласно ритму жизни китайских зрителей.

В КНР пенсионеры и домохозяйки обычно встают очень рано, между 5:00–6:00 утра: пожилые люди занимаются спортом, а домохозяйки готовят завтрак. Кроме того, работающие в крупных городах, особенно молодые люди, из-за удаленности работы от дома обычно встают в будние дни между 6:00–8:00, чтобы прийти на работу вовремя.

8:00–10:00 — это период, когда люди уже пришли на работу и приступили к своим обязанностям. Стоит отметить, что с 12:00 до 13:00 обычно является обеденным перерывом.

16:00–19:00 — люди из разных компаний постепенно возвращаются домой с работы. Начиная с 19:00 привычно ужинать и смотреть телевизор.

Особенности программирования телеканала «Хунань». Анализ показал, что в выбранную неделю на телеканале «Хунань» в общей сложности транслировалось 10 выделенных форматов, из которых 7 выходили в эфир каждый день (см. подробнее табл. 1). Изменение в выборе формата в тот или иной тайм-слот не всегда были связаны с таким фактором, как «будний день», «выходной день», т.е. не показывали устойчивой корреляции с ритмом жизни. Самыми продолжительными и популярными программами, транслируемыми каждый день, оказались телевизионные сериалы, за ними по востребованности следовали новости и реалити-шоу. Несмотря на высокую частотность использования развлекательных форматов, мы нашли много познавательно-развлекательных телепроектов: кулинарные шоу, ток-шоу о здоровье, беседы о китайской культуре.

Таблица 1

Общая недельная динамика в минутах

Формат / День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы	105	94	77	120	21	34	97
Реалити-шоу	211	116	123	124	259	237	188
Сериалы	587	766	747	764	660	654	654
Новости	287	303	306	232	275	266	296
Мультфильмы	38	43	58	51	36	52	51
Ток-шоу о здоровье	158	36	122	82	82	82	82
Прогноз погоды	9	2	4	4	4	26	8

Кулинарное шоу	31	31				82	
Концерт					50		
Беседы о китайской культуре							62

Раннее утро

Данные показывают, что с понедельника по воскресенье ранним утром самым востребованным для программирования телевизионным форматом оказались новости. Полученный результат оправдан по-

требностью зрителей в информации в начале дня. Раннее утро можно охарактеризовать как период одного формата, когда практически весь тайм-слот занимала информационная программа (см. таблица 2).

Таблица 2

Раннее утро (5:00–8:00), в минутах

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы							
Реалити-шоу							
Сериалы							
Новости	174	174	177	174	173	174	174
Кулинарное шоу							
Мультфильмы							
Ток-шоу о здоровье	6	6					
Прогноз погоды							

Позднее утро

Позднее утро уже не является монопериодом. Таблица показывает, что самым востребованным для программирования оказался развлекательный контент: телевизионные сериалы и мультипликационные фильмы. Очевидно, что данный вид продукции ориентирован на оставшуюся дома аудиторию: пенсионеров, домохозяек, детей.

Кроме того, здесь можно фиксировать нарушения приверженности принципу горизонтального

программирования (постановка одной передачи в одинаковое время) в течение будних дней, характерному для российских универсальных телеканалов. Были выявлены форматы, которые выходили в эфир только один или два раза в неделю. Документальные фильмы транслировались в будние дни: в среду, в четверг и в оба выходных дня. Кулинарное шоу только в понедельник и во вторник. Пекинская опера — только в пятницу.

Таблица 3

Позднее утро (8:00–10:00), в минутах

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы			25	34		34	35
Реалити-шоу							
Сериалы	35	46	34	34	34	34	34
Новости							
Кулинарное шоу	31	31					
Мультфильмы	54	43	58	51	36	52	51
Ток-шоу о здоровье							
Прогноз погоды							
Концерт					50		

День

Контент-политика периода «день» не отличалась значительно в будние и выходные дни. Например, реалити-шоу и телесериалы транслировались каждый день примерно в равном объеме. Однако существовали сложно объяснимые программной стратегией исключения: например, ток-шоу о здоровье не выходило в эфир только во вторник. Хотя большинство контента имело в этот период развлекательную со-

ставляющую, тем не менее определенное внимание уделялось социально-значимому контенту: документальным проектам и познавательно-развлекательным передачам в формате ток-шоу о здоровье. В пятницу в дневном эфире можно было посмотреть пекинскую оперу, которую по формальным признакам мы относим к развлекательному жанру «концерт», но нельзя недооценивать и культурно-историческое значение таких передач.

Таблица 4

День (10:00–16:00), в минутах

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы							
Реалити-шоу	115	116	123	124	123	123	123
Сериалы	203	244	195	194	195	195	195
Новости							
Кулинарное шоу							
Мультфильмы							
Ток-шоу о здоровье	42		42	42	42	42	42
Прогноз погоды							
Концерт							

Предпрайм

Можно было наблюдать незначительную недельную динамику в период предпрайм. С понедельника по воскресенье примерно в равном объеме транслировались телесериалы, новости, а также ток-шоу

о здоровье (ток-шоу о здоровье, как и в дневном эфире, не показывали во вторник). В программной сетке кроме исключительно развлекательного, присутствовал и развлекательно-познавательный контент.

Таблица 5

Предпрайм (16:00–19:00), в минутах

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы							
Реалити-шоу							
Сериалы	82	120	80	80	80	80	80
Новости	57	60	58	58	57	57	58
Кулинарное шоу							
Мультфильмы							
Ток-шоу о здоровье	38		40	40	40	40	40
Прогноз погоды	3		2	2	2	2	2
Концерт							

В прайм-тайм транслировались телесериалы и новости, однако присутствовала некоторая недельная динамика. С понедельника по четверг также выходили в эфир документальные фильмы и ток-шоу о здоровье, причем наблюдалось их чередование. В пятницу, субботу и воскресенье помимо новостей и сериалов выходили реалити-шоу. Полученные результаты со-

ответствуют ритму жизни аудитории в пятницу: в это время люди наконец освободились от напряженных рабочих дней, и самый распространенный вариант для отдыха – посмотреть развлекательные программы. Реалити-шоу — это формат, которого многие зрители больше всего ждут в преддверии выходных.

Таблица 6

Прайм-тайм (19:00–23:00), в минутах

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы		33		41			
Реалити-шоу					94	68	65
Сериал	160	160	166	162	112	113	111
Новости	41	47	34	37	34	35	34
Кулинарное шоу						24	
Мультфильмы							
Ток-шоу о здоровье	39		40				
Прогноз погоды							
Концерт							
Беседы о китайской культуре							30

Очевидна определенная закономерность недельной динамики контент-стратегии телеканала «Ху-

нань» в постпрайм: сетка вещания четырех будних дней (понедельник — четверг) неизменна (4 одних

и тех же формата), а пятница близка по своему программированию к субботе и воскресенью (включает уже 5 форматов), что позволяет считать поздний вечер пятницы своеобразным «мостиком» к грядущим выходным. Однако программирование пятницы, субботы и воскресенья отличалось, неизменно-

ми в течение всех дней оставались только сериалы и новости. В пятницу к ним добавилось реалити-шоу и документальный фильм, в субботу — реалити-шоу и кулинарное шоу, в воскресенье — более серьезный контент: документальный фильм и беседы о китайской культуре.

Таблица 7

Постпрайм (23:00–02:00), в минутах

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы	56	61	52	45	21		62
Реалити-шоу					67	46	
Сериалы	57	46	86	108	49	46	50
Новости	15	40	40	24	41	6	30
Кулинарное шоу						58	
Мультфильмы							
Ток-шоу о здоровье							
Прогноз погоды	6	2	2	2	2	24	6
Концерт							
Беседы о китайской культуре							32

В течение ночи в эфир выходили повторы программ, в основном это были телевизионные сери-

алы, повторялись также ток-шоу о здоровье и реалити-шоу.

Таблица 8

Ночь (02:00–05:00)

Формат /День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Документальные фильмы							
Реалити-шоу	96						
Сериалы	51	150	180	180	180	180	180
Новости							
Кулинарное шоу							
Мультфильмы							
Ток-шоу о здоровье	33	30					
Прогноз погоды							
Концерт							
Беседы о китайской культуре							

Дискуссия и выводы. Исследование показало, что программирование телеканала «Хунань» в выходные и в будние дни похоже, что не является характерным, например, для российских телеканалов, где рабочие дни, суббота и воскресенье значительно отличаются. Был также выявлен отказ от горизонтального программирования в будние дни. Такой подход нам показался не всегда оправданным, и именно он мог помешать каналу быть первым в последние годы.

Самыми востребованными форматами оказались телевизионные сериалы, новости и реалити-шоу. Очевидно, что благодаря данным популярным передачам «Хунань» и удастся удерживать первые строчки рейтинга в течение многих лет. Телесериалы и новости также являлись основой программирования прайм-тайма.

Нам удалось выделить приоритетные форматы для каждого тайм-слота (кроме постпрайма): новости для раннего утра, мультфильмы и телевизион-

ные сериалы для позднего утра, реалити-шоу и сериалы для дневного эфира; сериалы, новости, ток-шоу о здоровье — для предпрайма; сериалы для прайм-тайма. Тайм-слоты «прайм-тайм» и «постпрайм» — те временные отрезки, в которые можно наблюдать изменения в программировании в выходные дни и пятницу: в последний рабочий день, в преддверии выходных, а также в выходные на телеканале в вечерний период увеличивалось количество реалити-шоу. Такая эфирная политика кажется очень разумной, так как именно в вечер пятницы и субботы у людей больше возможности засидеться перед телевизором.

В течение всех временных отрезков вещатели КНР уделяли внимание познавательно-развлекательным, информационным и публицистическим проектам, хотя их было меньше, чем развлекательных программ и телевизионных сериалов. Познавательно-развлекательные передачи занимали менее вы-

годное программное место: например, если в субботу и воскресенье телеканал «Хунань» в постпрайм размещал реалити-шоу, то в воскресенье (когда людям на следующий день собираться на работу) беседы о китайской культуре. Среди познавательных-развлекательных проектов особо стоит отметить ток-шоу о здоровье, которые транслировались с понедельника по воскресенье дважды в день, за исключением вторника, что явно свидетельствует о серьезной национальной политике в области здравоохранения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чжао Хуаюн История развития центральной телестанции Китая (1998–2008).— Пекин, 2008 《中央电视台发展史》(1998–2008) ...赵华勇主编.— 北京. 中国广播电视出版社. 2008. 1098 с.
2. Отчет о телевизионных рейтингах Китая за 2016 год //Официальный сайт Главное государственное управление по делам радиовещания и телевидения КНР.— Режим доступа: http://www.nrta.gov.cn/art/2018/10/20/art_2178_39216.html. (дата обращения:19.06.2023).
3. Рейтинги телевидения в Китае //Официальный сайт исследовательской компании «CSM». — Режим доступа: <http://www.csm.com.cn> (дата обращения: 22.06.2023).
4. Eastman S. T., Ferguson D. A. Media Programming: Strategies and Practices. 9th Edition. Boston: Thomson / Wadsworth. 2012.
5. Долгова Ю. И. Специфика реализации воспитательно-образовательной функции детским телевидением Китая / Ю. И. Долгова, Юй Ц // Вопросы теории и практики журналистики.— 2020.— Т. 9.— №. 3.— С. 543–553.
6. Акинфеев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры / С. Н. Акинфеев // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика.— 2008 — № 6. С. 110–124.
7. Акинфеев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: диссертация ... кандидата филологических наук / С. Н. Акинфеев.— М., 2008.
8. Удовиченко Р. В. Развлекательное телевидение: типологии программ и потребности аудитории: дис. ... канд. филол. наук / Р. В. Удовиченко.— М., 2011.
9. Удовиченко Р. В. Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга «СТС Медиа» / Р. В. Удовиченко // Научная мысль Кавказа.— 2011 — № 2.— С. 148–153.
10. Долгова Ю. И. Контент-стратегии телеканалов «большой тройки»: тематика, жанры, форматы / Ю. И. Дол-

гова, Г. В. Перипечина, О. В. Тихонова // Вестник Томского государственного университета. Филология.— 2019.— №. 61.— С. 237–255.— Режим доступа: <https://doi.org/10.17223/19986645/61/14>(дата обращения 19.06.2023).

11. Долгова Ю. И. Программирование тайм-слотов телеканалов «большой тройки»: эфир будних дней / Ю. И. Долгова, Г. В. Перипечина, О. В. Тихонова // Вестник Томского государственного университета. Филология.— 2021.— №. 69.— С. 321–339.— Режим доступа: <https://doi.org/10.17223/19986645/69/16> (дата обращения: 19.06.2023).

12. Долгова Ю. И., Ершов Н. О., Зунг Ч. Т. Т. Жанрово-форматные особенности развлекательного телевидения / Ю. И. Долгова, Н. О. Ершов, Ч. Т. Т. Зунг // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика.— 2022.— Т. 27.— №. 3.— С. 573–589.— Режим доступа: <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-3-573-589> (дата обращения: 19.06.2023).

13. Тянь Яо. Краткое изложение исследования телевизионных развлекательных программ / Тянь Яо // Университет Хунань. 2014—№ 7.—С.166–167. 田瑶. 电视娱乐节目研究综述// 湖南大学

14. Сунь Юйшуан Недоразумениях и инновациях в разработке телевизионных развлекательных программ / Сунь Юйшуан, Тянь Лэй // Современные аудиовизуальные средства.— 2010.— №. 1.— С. 58–60. 孙玉双、田蕾. 电视娱乐节目的发展误区与创新[J]. 《现代视听》

15. Чан Яньсь. Исследование стратегии управления брендом развлекательных программ китайского телевидения» / Чан Яньсь // Северо-Восточный педагогический университет. 2006. 常砚溪. 当前我国电视娱乐节目品牌经营的策略研究. 东北师范大学. 2006.

16. Ма Цзин. Анализ развлекательной и культурной ценности телевизионных развлекательных программ / Ма Цзин // Ляонинский университет. 2011. 马静. 电视娱乐节目的娱乐性及文化价值探析. 辽宁大学. 2011.

17. Ли Жуйчжи. Анализ развлекательного телевидения в Китае / Ли Жуйчжи, Цю Сютонг // Новостной аванпост. 2006.— С. 50–51. 李瑞植、邱秀桐. 我国内地电视娱乐节目解析[J]. 《新闻前哨》.

18. Ху Чжэн. Три теории программирования телевизионных программ / Ху Чжэн, Чжоу Цзяньсинь. // Современная коммуникация. Журнал коммуникационного университета Китая, 2006 (5).— С. 81–84. 胡智锋·周建新. 电视节目编排三论 // 现代传播. 中国传媒大学学报.

19. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г. В. Кузнецов.— М., 2004.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Ю. И. Долгова, доцент кафедры ТВ и РВ
E-mail: yidolgova@gmail.com

Ин Чжан, аспирант кафедры ТВ и РВ
E-mail: tchjanin@yandex.ru

Moscow State University named after M. V. Lomonosov
Dolgova Yu. I., Associate Professor of the Department of TV and RV E-mail: yidolgova@gmail.com

Ying Zhang, Postgraduate Student of the Department of TV and RV
E-mail: tchjanin@yandex.ru

НОВОСТИ О КУЛЬТУРЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ВЕЩАНИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ «БОЛЬШОЙ ТРОЙКИ»

Т. М. Дугужев

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 6 июля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается использование новостных сюжетов о культуре в контексте реализации культурно-просветительской функции на телеканалах «большой тройки», то есть на Первом канале, «России 1» и НТВ. Были проанализированы вечерние выпуски новостей, а именно сюжеты о культуре, по следующим критериям: тематика, количество сюжетов, регулярность (сколько подобных сюжетов публикуется за неделю), продолжительность и очередность (т.е. в какой части выпуска транслируются эти сюжеты). Исследование направлено на то, чтобы продемонстрировать высокое значение культурно-просветительской функции телевидения и сформулировать рекомендации по усовершенствованию способов ее реализации на универсальных телеканалах посредством новостного вещания. Основные положения могут быть использованы в соответствующих исследовательских работах.

Ключевые слова: информационные программы, новости о культуре, культурно-просветительская функция телевидения, телеканалы «большой тройки», Первый канал, «Россия 1», НТВ.

Abstract: the article discusses the use of news reports on culture in the context of the implementation of cultural and educational function on the TV channels of the «Big Three», that is, Channel One, «Russia 1» and NTV. Evening news releases were analyzed, namely news reports on culture according to the following criteria: subject matter, number of reports, regularity (how many cultural reports are published per week), duration and order (in which part of the issue these reports are broadcast). The research is aimed at demonstrating the high importance of the cultural and educational function of television, and to formulate recommendations for improving the ways of its implementation on all interest TV channels through news broadcasting. It should also be noted the need for further study of news programs broadcast in the regions. This is necessary to determine the strategy for the qualitative implementation of the cultural and educational function of television with the help of information broadcasting. In addition, all interest TV channels should make full use of certain elements of information broadcasting for the indirect implementation of the cultural and educational function of television. The main provisions can be used in relevant research papers.

Keywords: information programs, news about culture, cultural and educational function on the TV channels, TV channels of the «big three», all-interest TV channels.

Введение. На протяжении всей жизни человек окружен различными проявлениями культуры. Поскольку зачастую для индивида они являются малозаметными и неочевидными, важно отметить, что под предметом культуры следует понимать не только такие классические учреждения, как, например, музей или театр. В совокупности, «культура» — это, прежде всего, некое окружающее нас социальное пространство, а также та специфическая информация, которую мы перманентно получаем из внешнего мира. Зачастую эта информация передается и воспринимается аудиовизуально — например, с помощью музыки, кинематографа, радио, телевидения и, наконец, интернета. Иными словами, культура — это то, что постепенно оказывает воздействие на человеческое мышление и формирование личности.

Одним из самых эффективных и широко развитых способов передачи информации является теле-

видение. Несмотря на то, что в последние годы возможности интернета значительно расширились, влияние ТВ все еще довольно велико [1–3]. Информационное вещание универсальных телеканалов содержит в себе элементы просветительской направленности, в частности сюжеты о культурных событиях в новостных программах. *Проблемой исследования* является определение специфики реализации культурно-просветительской функции телевидения на универсальных телеканалах посредством информационного вещания.

С развитием советского телевидения в сетку вещания каналов внедрялись все новые и новые программы. Прочное место среди них заняли новостные передачи, это произошло в 1950–1960-е годы. На Первой программе началась трансляция коротких выпусков «Телевизионных новостей» и еженедельной «Эстафеты новостей», а в 1968 году в эфир вышла знаменитая ежедневная программа «Время» [4].

Востребованность, популярность, а главное — перспективность информационного вещания, по мнению Р. А. Борецкого, обусловлены ощущением причастности зрителя к «поток реальной жизни», заинтересованностью в оперативном получении проверенной и достоверной информации [5, 20–21]. Помимо этого, исследователь определил основополагающие принципы информационного вещания на телевидении, в число которых входят полнота и четкость сообщения, его актуальность, композиция материала, жанровое разнообразие и систематизация транслируемой информации [5, 25]. Четкое соблюдение этих критериев позволяет наделить новостной материал некими универсальными качествами, которые упростят процесс его восприятия.

Так как телеканалы «большой тройки» направлены на широкую и разнообразную аудиторию, транслируемая информация должна обладать «усредненными» характеристиками, дабы любой человек мог уловить и понять передаваемое сообщение. Таким образом, в информационном вещании ценятся скорость, четкость, краткость, регулярность и достоверность. Однако, всего этого трудно достичь в ограниченном эфирном времени, а потому форма сообщения зачастую лишена красоты и художественности, которые, согласно выводам Г. В. Кузнецова, являлись бы помехой для качественной реализации процесса информирования [6, 30].

Особенно важен фактор скорости: оперативность сказывается на репутации любого СМИ — человеку свойственно воспринимать определенное событие сквозь призму того средства массовой информации (в нашем случае телеканала), чьи формулировка и интерпретация будут доставлены первыми [7, 50]. Иными словами, доверие получает то новостное сообщение, которое мы получили раньше остальных, и пока здесь в силу массовости аудитории лидирует ТВ [8, 164]. По данным ежегодного социологического исследования «Телевидение глазами телезрителей», более 50% россиян придают значимость телевидению как способу проведения досуга, развлечению, средству информации, влияющему на сознание граждан, транслирующему различные ценности, нравственные установки, культуру и традиции, а значит, формирующему мировосприятие [9, 94].

В последние годы противостояние телевидения и интернета заметно обострилось. Борьба идет за зрителя и рекламодателя. Телевизионный контент стал распространяться не только на телеэкранах, но и на сторонних площадках, что привело к созданию особого термина «Большое телевидение» [10, 29]. То есть это весь телевизионный контент, потребляемый зрителем вне зависимости от платформы, времени и даже устройства (телевизор или смартфон). И это способствует увеличению аудитории, ее одновременной фрагментации, отсюда — повышение эффективности той или иной платформы, что важно для рекламодателя.

Несмотря на активность использования онлайн-платформ, стриминговых сервисов, приложений и интернет-ресурсов, в целом телевидение пока остается главным источником новостей для 62% жителей России, а 66% россиян смотрят телевизор каждый день [9, 96–98]. Это можно трактовать как довольно высокий уровень востребованности, особенно учитывая то, что данные показатели отображают сведения о респондентах всех возрастов, разного социального статуса и любого места проживания в пределах России. Также 75% наших соотечественников «потребляют» телевизионный контент на любых устройствах, что в очередной раз доказывает исключительное положение ТВ в качестве средства массовой информации [9, 96].

Целью нашей работы станет определение специфики реализации культурно-просветительской функции на универсальных телеканалах в России. В задачи исследования входит характеристика культурно-просветительской функции современного телевидения, а также выявление особенностей культурно-просветительского контента в информационном вещании универсальных телеканалов.

Методология исследования. Новостные программы на универсальных каналах рассматриваются не только как аспекты, удовлетворяющие потребность общества в получении информации, но и как определенные каналы коммуникации, реализующие культурно-просветительскую функцию телевидения. Методом сравнения нами были описаны материалы, транслируемые на телеканалах «большой тройки» (Первый канал, «Россия 1» и НТВ), а именно новостные сюжеты, касающиеся культурной тематики. В рамках анализа были выбраны вечерние выпуски новостей за период с 24 по 30 октября 2022 г. Данное ограничение обусловлено тем, что вечерние выпуски являются наиболее полными с точки зрения содержания, а кроме того, имеют более широкую аудиторию, чем утренние и дневные выпуски.

На каждом из трех телеканалов были проанализированы сюжеты о культуре с точки зрения пяти критериев: это тематика; количество сюжетов; регулярность (сколько подобных сюжетов публикуется за неделю); продолжительность и очередность (т.е. в какой части выпуска транслируются эти сюжеты).

Результаты анализа. За выбранную неделю на Первом канале было показано семь сюжетов культурной тематики. При этом на протяжении трех дней подряд новости культуры не были включены в содержание выпусков. В среднем только один из двенадцати сюжетов был посвящен вопросам культуры. Трансляция соответствующих сюжетов всегда проходила только в конце выпуска новостей. Средняя продолжительность сюжета составила 3 минуты 28 секунд. С точки зрения тематики сюжеты можно разделить на три группы: о театре, об архитектуре (или реставрации), а также о различных памятных датах.

В изучаемый промежуток, на телеканале «Россия 1» было показано десять культурно-просветительских сюжетов. В среднем примерно два сюжета из шестнадцати были посвящены культуре, они транслировались ежедневно. При этом новости культуры располагаются как в середине, так и в конце выпуска новостей. Средняя продолжительность сюжета составила три минуты. Тематика сюжетов аналогична тематике сюжетов Первого канала — это памятные даты, театр, музеи и архитектура (или реставрация).

Среди выбранных телеканалов канал НТВ продемонстрировал самый низкий показатель: за неделю было показано четыре сюжета культурной тематики. В среднем за выпуск было показано тринадцать сюжетов, однако на протяжении трех дней новости культуры не были включены в содержание выпусков. Средняя продолжительность сюжетов о культуре составила 3 минуты 25 секунд. Материалы культурно-просветительской направленности публиковались в конце выпуска новостей. Темы сюжетов отражают театральную и музейную жизнь, а кроме того, различные творческие конкурсы и фестивали.

Таким образом, несмотря на схожие показатели относительной очередности и продолжительности, количество сюжетов и их регулярность довольно сильно разнятся. На телеканале «Россия 1» «культурных» сюжетов намного больше, а кроме того, они транслируются каждый день, тогда как на Первом канале и НТВ регулярность трансляции значительно ниже. Тематика сюжетов не имеет весомых различий.

Тем не менее если сравнивать показатели этих трех каналов между собой, то можно прийти к выводу, что НТВ в некоторой степени «отстает» от Первого канала и «России 1». В связи с этим мы решили изучить специфику новостных программ телеканала НТВ, которые транслируются в субъектах Российской Федерации. Для этого были проанализированы вечерние выпуски новостных программ в Московской и Санкт-Петербургской службах новостей телеканала НТВ за период с 24 по 28 октября 2022 г. Сокращение числа анализируемых дней обусловлено тем, что в субъектах России выпуски программы «Сегодня» транслируются только в будние дни.

За выбранную неделю *Московской службой новостей* было показано восемь новостных сюжетов о культуре. В среднем транслировалось по одному сюжету в день за исключением 27 октября, когда новости культуры не были включены в выпуск. Средняя продолжительность сюжета составила 2 минуты 30 секунд. Определенной очередности трансляции «культурных» сюжетов не выявлено. С точки зрения тематики многие сюжеты перекликались с материалами о благоустройстве города, однако были затронуты вопросы о музеях и архитектуре Москвы.

Санкт-Петербургской службой за тот же временной промежуток было показано восемнадцать сюжетов о культуре, то есть более чем в два раза

больше. Трансляция данных сюжетов велась ежедневно, примерно по три материала в день. Средняя продолжительность сюжета также больше, чем в Москве — 2 минуты 50 секунд, что для подобной узкоспециализированной группы материалов является довольно существенным отличием. Тематический спектр гораздо шире. Сюжеты повествуют о музеях (выставках), театре, современной литературе, музыке, архитектуре (вопросах реставрации), а также о значимых исторических датах. Однако определенной очередности в трансляции сюжетов не обнаружено.

Таким образом, в Петербургской службе новостей телеканала НТВ транслируется значительно больше сюжетов о культуре. Такие показатели, как «продолжительность» и «регулярность трансляции», также намного выше. Тематическое наполнение более разнообразно и затрагивает различные сферы культуры — как классической, так и современной. Однако очередность трансляции сюжетов внутри новостного выпуска не различается, так как сюжеты в обоих случаях транслируются бессистемно.

Выводы. На анализируемых каналах тематика сюжетов, которые транслируются на всей территории России, а не только в субъектах, совпадает. Продолжительность, очередность и регулярность сюжетов в этой части программ также практически не различаются. Это обстоятельство дает большую свободу региональным новостным службам. С точки зрения количества, а также в сравнении с другими изученными телеканалами телеканал НТВ реализует культурно-просветительскую функцию телевидения недостаточно широко.

Следует также отметить необходимость дальнейшего изучения новостных программ, транслируемых в регионах. Это позволит получить общую картину, обозначить слабые и сильные места, а также определить перечень действий, необходимых для устранения несовершенств. Кроме того, в будущем важно соотнести и проанализировать тематическое наполнение сюжетов, которые транслируются по всей стране, и тех, что показываются только в регионах. Это необходимо для определения стратегии по наиболее качественной реализации культурно-просветительской функции телевидения с помощью информационного вещания.

Помимо этого, универсальным телеканалам следует в полной мере использовать отдельные элементы информационного вещания для косвенной реализации культурно-просветительской функции телевидения. Подобный способ обладает множеством преимуществ, так как при сравнительно небольших финансовых и организационных затратах со стороны редакции, он позволяет повысить качество и количество новостных сюжетов культурной тематики для реализации соответствующей функции современного телевидения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Butts T. The State of Television, Worldwide / T. Butts // TV technology: Opinions. — 2013. — Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20150428042640/http://www.tvtechnology.com/opinions/0087/the-state-of-television-worldwide/222681> (дата обращения: 29.11.2022).
2. История телевидения в России. — Режим доступа: <https://tass.ru/spravochnaya-informaciya/523158> (дата обращения: 29.11.2022).
3. Mediascore: интернетом в России пользуются 80% населения старше 12 лет. — Режим доступа: <https://mediascore.net/news/1460058/> (дата обращения: 29.11.2022).
4. Каждый день в эфире в 21:00. И так 40 лет подряд. У программы «Время» юбилей. — Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2008-01-01/194811-kazhdyu_den_v_efire_v_21_00_i_tak_40 лет_podryad_u_programmy_vremya_yubiley (дата обращения: 27.02.2023).
5. Борецкий Р. А. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды / Р. А. Борецкий. — М., 1967. — 213 с.
6. Кузнецов Г. В. ТВ-журналист / Г. В. Кузнецов. — М.: Изд-во МГУ 1980. — 251 с.
7. Князев А. А. Энциклопедический словарь СМИ / А. А. Князев. — М.: КРСУ, 2002. — 185 с.
8. Фомичева И. Российская аудитория СМИ: поведение на фоне глобальных тенденций / И. Фомичева // СМИ в меняющейся России: коллективная монография. — М.: Аспект Пресс, 2010. — С. 139–176.
9. Коломиец В. П. Индустриальная трансформация телевидения / В. П. Коломиец // Социологические исследования. — 2021. — № 6. — С. 94–98.
10. Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения / И. А. Полуэхтова // Знание. Понимание. Умение. — 2018. — № 4. — С. 71–82.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Дугужев Т. М., аспирант факультета журналистики
E-mail: timduguzhev@gmail.com

Lomonosov Moscow State University
Duguzhev T. M., Postgraduate Student of the Journalism Faculty
E-mail: timduguzhev@gmail.com

ПРИЧИНЫ ДИСКРИМИНАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПАНДЕМИИ COVID-19: ФАКТОР СМИ

А. В. Землянский

Московский педагогический государственный университет

Поступила в редакцию 25 августа 2023 г.

Аннотация: пандемия COVID-19 ухудшила положение некоторых социальных групп в результате начавшейся или усилившейся дискриминации. В данной статье автор анализирует медиаматериалы, которые могли стать причиной дискриминации и стигматизации некоторых социальных групп в период пандемии. В результате исследования автор приходит к выводу, что упоминания определенных этнических и национальных групп в публикациях о пандемии коронавируса может спровоцировать враждебные настроения. Важно, чтобы СМИ осознавали ответственность за точное и беспристрастное информирование аудитории, особенно во время кризисов, чтобы не создавать напряженность и не способствовать стигматизации или насилию в отношении какой-либо социальной группы.

Ключевые слова: пандемия коронавируса, мигранты, дискриминация, стигматизация, ксенофобия, мировые медиа, фейк-ньюз, фактчекинг.

Abstract: the COVID-19 pandemic exacerbated the situation for some social groups due to the onset or intensification of discrimination. In this article, the author analyzes media materials that could have been the cause of discrimination and stigmatization of certain social groups during the pandemic. As a result of the research, the author concludes that mentions of specific ethnic and national groups in publications about the coronavirus pandemic can provoke hostile attitudes. It is important for the media to be aware of their responsibility for accurate and impartial information dissemination, especially during crises, in order to avoid creating tension and promoting stigmatization or violence against any social group.

Keywords: coronavirus pandemic, migrants, discrimination, stigmatization, xenophobia, global media, fake news, fact-checking.

В условиях высокой конкуренции современные медиа порой пренебрегают фактчекингом, что повышает риск распространения дезинформации и, как следствие, приводит к алармистским настроениям в обществе. А в период высокой социальной напряженности уровень критического мышления у реципиентов заметно снижается. Вместе с этим ухудшается и способность выявлять дезинформационные нарративы, так называемые фейк-ньюз, количество которых заметно возрастает в том числе благодаря СМИ. Кроме того, в периоды кризисов отмечается снижение эмпатии, в связи с чем неизбежно возникают социальные конфликты. Как считают исследователи Вахью Сулистиани, Шри Рахаю и Нанни Хармани из Индонезии, все эти явления в совокупности и привели к возникновению стереотипов, стигматизации и дискриминации некоторых социальных групп во время пандемии COVID-19 [1].

Американский социолог Ирвинг Гофман, представитель Чикагской школы социологии, определяет стигматизацию как результат несоответствия личных качеств (атрибутов) человека ожиданиям общества [2]. Главным последствием стигматизации является

«вытеснение» человека за границы социокультурного пространства, что приводит к социальной изоляции, враждебному поведению социума по отношению к отвергнутому субъекту и в конечном счете иногда провоцирует открытые столкновения [3].

Как считают американские исследователи Бернارد Уитли и Мэри Кейт, дискриминация служит естественным защитным механизмом человеческой психики, предназначенным для успешной защиты от внешних угроз и адаптации к окружающим условиям [4]. Исследователи также заметили, что уровень дискриминации в обществе растет пропорционально тому, как растет и общественная тревога. Таким образом, как считают психологи Джон Манер, Норман Ли и Дуглас Кенрик, дискриминация — это механизм, заложенный в нас эволюцией, который отвечает за то, чтобы человечество стремилось передать потомству наиболее здоровые гены, избегая взаимодействия с переносчиками заболеваний, например, как это было в период пандемии коронавируса [5].

Индийские ученые выяснили, что всплеск дискриминации по расовому и этническому признаку в период пандемии ухудшил состояние здоровья некоторых социальных групп, что объясняется страхом стигматизации при обращении к услугам здра-

воохранения или получить отказ в помощи, а также стать объектом преследования со стороны соседей [6]. При этом жертвами дискриминации часто становились не только представители дискриминируемых групп, но и те, кто взаимодействовал с ними в повседневной жизни, в том числе родственники, коллеги и друзья. Всё это привело к массовому сокрытию и отрицанию симптомов заболевания среди населения, что во многих случаях привело к осложнениям болезни. Как выяснили исследователи Ашек Махмуд и Резаул Ислам из Бангладеш и Малайзии соответственно, подобная стигматизация также нередко становилась причиной разрыва социальных отношений и усугубляла психологические проблемы заболевших [7]. Важно отметить, что все эти процессы имеют долгосрочный характер и продолжают даже тогда, когда кризис миновал острую стадию.

Одной из ключевых социальных групп, подвергнувшихся стигматизации в период коронавируса, стали мигранты (как правило, выходцы из Африки, Израиля, Турции, Азии и России). Они часто фигурировали в СМИ как источник угрозы для здоровья, из-за того что передвижение мигрантов (преимущественно на границе Греции и Турции, а также Мексики и США) способствовало распространению вируса. В одной из газет Чехии вышла резонансная статья, утверждающая, будто мигранты тайно прибывают в Грецию и что на самом деле коронавирус не что иное, как способ политиков отвлечь общественность от этого факта [8]. Нечто подобное активно публиковали и СМИ Хорватии, а также Италии и Испании. В двух последних странах мигранты обвинялись в намеренном заражении коронавирусом граждан, что сопровождалось фейковыми фотографиями, сделанными задолго до появления нового заболевания.

В Германии публиковались новости о том, что большинство пациентов, у которых был диагностирован коронавирус, являются мигрантами [9], а заболели они именно из-за нарушения условий карантина и отказа от профилактических мер. Так, сообщалось о свадебных гуляниях мигрантов в общественных местах, хотя официально подобные мероприятия не находились под запретом [10]. Венгерские издания писали, что правительство отказывает беженцам в доступе к транзитным зонам, поскольку они являются переносчиками болезни [11]. Малазийские СМИ сообщали о задержках и проверках рабочих-мигрантов в начале мая 2020 года [12], а китайские — что в провинции Гуандун домовладельцы в срочном порядке выселяют из квартир уроженцев Африки, разрывая договоры аренды, или принуждают их к добровольной самоизоляции и сдаче анализов [13].

Российские исследователи в одной из своих работ подчеркивают, что «стигма становится клеймом для всех, кто имеет хоть какое-то отношение к заболеванию: заболевшие, их родные и близкие, врачи и средний медицинский персонал» [14]. Так,

исследователи нашли несколько примеров стигматизации и в российских СМИ. Материал, опубликованный на новостном сайте Anews [15], рассказывал о жителях Дальнего Востока. Некая Валентина прибыла из Аргентины с пересадкой в Италии, а после обратилась к врачу с симптомами коронавируса, в результате чего соседи прикрепили ей на дверь записку с угрозами.

Стоит отметить, что различные ток-шоу и телевизионные передачи также усиливают алармистские настроения в обществе и приводят к стигматизации групп. Так, в выпуске «Китайский вирус» шоу «Пусть говорят» от 28 января 2020 года участница-китайка, переехавшая в Россию, рассказывает, что ее российские друзья переживали, что могут заразиться коронавирусом, находясь рядом с ней [16]. В выпуске также фигурировали такие вопросы, как «Может ли вирус приехать из Китая вместе с посылками с AliExpress?» и «Правда ли, что продукты из Китая сейчас лучше не есть?». Еще одним алармистским элементом выпуска стало его визуальное оформление, а именно плашка с надписью «ТРЕВОГА!» на экране на протяжении всей трансляции.

Наиболее востребованным инструментом СМИ для привлечения внимания к публикациям стали кликбейтные заголовки. Они также применялись и в дискриминирующих текстах. Например, удаленная позже статья, посвященная статистике преступности, носила заголовок «Насилие со стороны мигрантов потрясло Стокгольм» [17], хотя в самой статье информация о мигрантах как главном источнике насилия не была подтверждена. Также одним из инструментов привлечения внимания СМИ стал ложный контекст: было опубликовано старое видео с поездом в час пик, снятое на английском вокзале, в то время как подпись к нему гласила, что это «мигранты массово прибывают в Прагу» [18]. С целью создания сенсации медиа также использовали и полностью сфабрикованные истории, такие как «Папа может предложить построить мечеть на месте Нотр-Дама» (статья удалена) [19].

Еще одну важную социальную группу, ставшую жертвой дискриминации в период пандемии, составили азиаты. Выходцы из Китая, проживающие во Франции, также отметили, что отношение со стороны общества к ним заметно ухудшилось [20]. В Австрии и Бельгии дискриминации подвергались даже дети азиатского происхождения, а опрос 300 жителей Нидерландов с азиатской внешностью, проведенный в феврале 2020 года, подтвердил, что 49% респондентов столкнулись с расизмом с начала пандемии [21]. Также в СМИ были обнаружены публикации, в которых сообщалось, будто заболевшие китайцы намеренно оставляют свою слюну в общественных местах, чтобы заразить окружающих. В противовес дискриминационным хештегам в *Twitter* появился новый хештег #JeNeSuisPasUnVirus («Я не вирус»),

который активно распространяли азиаты и те, кто хотел выразить им поддержку.

Бывший президент США Дональд Трамп несколько раз оперировал дискриминирующими терминами и высказываниями как в своем *Twitter*, так и в публичных выступлениях. Так, обсуждая возможное происхождение коронавируса во время первой волны пандемии, он заявил: «Это не расизм. Это происходит из Китая. Я хочу быть точным» [22]. Аналогичные провокационные заявления размещал и сенатор Том Коттон в своем *Twitter*, которые, однако, позже удалил: «Мы не знаем, откуда вирус взялся, и мы должны докопаться до сути. Всего в нескольких милях от продовольственного рынка, где он возник, находится единственная в Китае суперлаборатория уровня биобезопасности 4, которая исследует инфекционные заболевания человека» [23]. Позже научное сообщество полностью отказалось от названия «китайский вирус», выбрав более нейтральное *COVID-19*, но данная формулировка уже успела прижиться в глобальном медиополе.

Группа американских исследователей проанализировала 668 597 наиболее расистских твитов, собранных по хештегам *#chinesevirus* и *#chinavirus* в период с января по март 2020 года [24]. В результате исследователи пришли к выводу, что данные хештеги использовались тем чаще, чем больше становилось число заболевших коронавирусом. Таким образом, это подтверждает тот факт, что уровень дискриминации в обществе растет тогда, когда обостряется социальный кризис. Представитель Европейской сети против расизма также заявил, что антиазиатские нарративы быстро просачивались из социальных медиа в традиционные [25].

Как сообщил представитель некоммерческой организации *E-Romnja*, члены цыганского сообщества тоже подверглись стигматизации, в особенности на территории Румынии, где их обвинили в распространении вируса [25]. Аналогичные материалы фиксировались в Болгарии и Испании, где даже были введены особые правила контроля для цыган в период карантина. Ультраправые партии Италии сообщали в СМИ, что цыгане являются главными нарушителями карантинных мер. Данные материалы сопровождалась карикатурными изображениями цыган с использованием устаревших стереотипов (например, о том, что они не соблюдают нормы гигиены) [26].

Еще одним последствием дезинформации и алармистских текстов, распространяемых в СМИ и соцсетях, стало усиление исламофобии в странах Европы. Так, аудитория в немецких антимусульманских каналах *Telegram* выросла с 14 000 пользователей до 40 000 всего за три месяца с момента введения карантина [27]. Многие каналы активно продвигали теорию, будто коронавирус был искусственно создан мусульманами для уничтожения «неверую-

щих» [27]. В апреле 2020 года в Дели, столице Индии, была зафиксирована серия нападений на мусульман, в некоторых случаях это привело к тяжелым травмам и госпитализации [28]. В ответ на исламофобию в индийском сегменте *WhatsApp* стали набирать популярность фейковые видео, на которых медицинские сотрудники якобы похищали мусульман для насильственного введения им вируса [29].

Стигматизации подверглись и евреи: с мая по июнь 2020 г. в европейских и западных СМИ наблюдался всплеск антисемитских теорий заговора. В их основе, как правило, лежали те же нарративы, что и в 1990-х гг.: якобы коронавирус является еврейским инструментом для управления международным рынком. Особое распространение теория «сионистского заговора» получила в Чехии, а также в Германии, где фиксировались правонарушения по отношению к представителям еврейской национальности [30].

Выводы. Таким образом, в период неопределенности традиционные медиа, являясь основным источником официальной информации, непреднамеренно могут стать причиной дискриминации тех или иных социальных групп. Попадая из СМИ в соцсети, информация, мгновенно распространяясь, обрастает новыми подробностями и в конечном итоге влечет за собой непредсказуемые последствия в отношении героев медиаматериалов.

В период социальных кризисов главной задачей медиа становится своевременное и достоверное освещение событий, однако зачастую им приходится жертвовать либо первым, либо вторым. Так, не имея достаточно времени на проведение качественного фактчекинга, многие СМИ допускают публикацию дискриминирующих текстов, что, в свою очередь, приводит к повышению уровня ксенофобии в обществе. Даже случайное упоминание вируса в контексте той или иной национальности может привести к стигматизации ее представителей. Именно так случилось с жителями Китая во время пандемии коронавируса, который журналисты часто маркировали как «уханьский вирус», «китайский вирус», «китайская чума».

Однако не только азиаты, но и цыгане, мусульмане, евреи, а также мигранты стали дискриминируемыми группами в период пандемии. Последние подверглись серьезному общественному давлению из-за активного обсуждения СМИ обострения эпидемиологической ситуации и экономических проблем, возникших по причине увеличения миграционного потока.

Всё это говорит о существенном влиянии медиа на общественное сознание, поскольку именно об этих социальных группах в контексте нового заболевания писали как мировые, так и локальные СМИ. В период кризиса и неопределенности, когда в обществе и без того повышен уровень тревоги, социальное давле-

ние усиливается от алармистских текстов, затрагивающих ту или иную дискриминируемую группу. Как результат, вместо того чтобы являться источником актуальной и проверенной информации, которая будет стабилизировать ситуацию в обществе, СМИ превращаются в источник дополнительных социальных конфликтов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Sulistiadi W., Rahayu S., Harmani N. Handling of Public Stigma on COVID-19 in Indonesian. *National Public Health Journal*. 2020; Special Issue 1: 70–76. Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/335087852.pdf> (дата обращения: 23.08.2023).
2. Lawrence H. Y., Kleinman A., Bruce G. L., Phelan J. L., Lee S., Good D. Culture and stigma: Adding moral experience to stigma theory, *Social Science & Medicine*, Vol. 64, Issue 7, 2007, Pages 1524–1535. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0277953606005958> (дата обращения: 23.08.2023).
3. Сироткин Ю. Л. Стигматизация как социокультурный феномен / Ю. Л. Сироткин // Вестник Казанского юридического института МВД России. — 2015. — № 2 (20). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stigmatizatsiya-kak-sotsiokulturnyy-fenomen> (дата обращения: 23.08.2023).
4. Whitley B. E. *The psychology of prejudice and discrimination*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2006. 684 pages. — Режим доступа: https://archive.org/details/psychologyofprej0000whit_m710 (дата обращения: 23.08.2023).
5. Kenrick D., Maner J., Li N. *Evolutionary Social Psychology*. 2015. — Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/316378566_Evolutionary_Social_Psychology (дата обращения: 23.08.2023).
6. Bhanot D., Singh T., Verma S. K., Sharad S. Stigma and Discrimination During COVID-19 Pandemic. *Front Public Health*. 2021 Jan 12. — Режим доступа: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7874150/> (дата обращения: 23.08.2023).
7. Mahmud A., Islam M. R. Social Stigma as a Barrier to Covid-19 Responses to Community Well-Being in Bangladesh. *Int. Journal of Com. WB4*, 315–321 (2021). — Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42413-020-00071-w> (дата обращения: 23.08.2023).
8. Coronavirus: An overview of the Main Disinformation Narratives in the Czech Republic. — Режим доступа: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/coronavirus-an-overview-of-the-main-disinformation-narratives-in-the-czech-republic.aspx> (дата обращения: 23.08.2023).
9. How an Informal Conversation Was Used to Scapegoat Immigrants During the COVID-19 Pandemic. — Режим доступа: <https://getthetrollsout.org/dig-deeper/germany-scapegoats-immigrants-covid19> (дата обращения: 23.08.2023).
10. CDU-Mann Toprak: "Sollten Migranten-Phänomen bei Corona nicht unter Teppich kehren". — Режим доступа: https://www.focus.de/politik/deutschland/interview-niemand-spricht-ueber-ursachen-migranten-prangern-rassistische-corona-strategie-an_id_13048063.html (дата обращения: 23.08.2023).
11. Orbans Ungarn: Soros, die Migranten und die Seuche. — Режим доступа: <https://www.dw.com/de/coronavirus-in-orb%C3%A1ns-ungarn-soros-die-migranten-und-die-seuche/a-52804365> (дата обращения: 23.08.2023).
12. Malaysia detains hundreds of refugees and migrants during virus lockdown -rights groups. — Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-malaysia-migrants-idINL4N2CJ1YJ> (дата обращения: 23.08.2023).
13. China: Covid-19 Discrimination Against Africans. — Режим доступа: <https://www.hrw.org/news/2020/05/05/china-covid-19-discrimination-against-africans> (дата обращения: 23.08.2023).
14. Туркулец С. Е. Социальная стигматизация в период пандемии / С. Е. Туркулец, А. В. Туркулец, Е. В. Листопадава, М. В. Сокольская // Социодинамика. — 2020. — № 5. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-stigmatizatsiya-v-period-pandemii> (дата обращения: 23.08.2023).
15. Как россияне преследуют соседей из-за коронавируса. — Режим доступа: <https://woman.rambler.ru/other/44055726-kak-rossiyane-presleduyut-sosedey-iz-za-koronavirusa/> (дата обращения: 23.08.2023).
16. Первый канал. Пусть говорят. Китайский вирус. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=dClfdhleYhs> (дата обращения: 23.08.2023).
17. Disinfo: Migrant violence strikes the city of Stockholm. Authorities ask not to worry. — Режим доступа: <https://euvsdisinfo.eu/report/migrant-violence-strikes-the-city-of-stockholm-authorities-ask-not-to-worry> (дата обращения: 23.08.2023).
18. Disinfo: A video shows a major influx of migrants to Prague. — Режим доступа: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-influx-of-migrants-to-prague> (дата обращения: 23.08.2023).
19. Disinfo: The pope might suggest a mosque to be built at the site of Notre Dame. — Режим доступа: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-pope-might-suggest-a-mosque-to-be-built-at-the-site-of-notre-dame> (дата обращения: 23.08.2023).
20. France's Asian community fights back against racist attacks during pandemic. — Режим доступа: <https://www.france24.com/en/europe/20210404-france-s-asian-community-fights-back-against-racist-attacks-during-pandemic> (дата обращения: 23.08.2023).
21. 'Stinkchinees!' Dit is wat Chinese Nederlanders naar hun hoofd geslingerd krijgen sinds het uitbreken van het coronavirus. — Режим доступа: <https://eenvandaag.avrotros.nl/panels/opiniepanel/alle-uitslagen/item/stinkchinees-dit-is-wat-chinese-nederlands-naar-hun-hoofd-geslingerd-krijgen-sinds-het-uitbreken/> (дата обращения: 23.08.2023).
22. President Donald Trump: Calling it the 'Chinese virus' is not racist at all, it comes from China. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=dl78PQGJpiI> (дата обращения: 23.08.2023).
23. Tom Cotton keeps repeating a coronavirus fringe theory that scientists have disputed. — Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/02/16/tom-cotton-coronavirus-conspiracy/> (дата обращения: 23.08.2023).

24. Hswen Y., Xu X., Hing A., Hawkins J. B., Brownstein J. S., Gee G. C. Association of “#covid19” Versus “#chinesevirus” With Anti-Asian Sentiments on Twitter: March 9–23, 2020. *American Journal of Public Health* 111. — Режим доступа: <https://ajph.aphapublications.org/doi/10.2105/AJPH.2021.306154> (дата обращения 23.08.2023).
25. The impact of disinformation campaigns about migrants and minority groups in the EU. — Режим доступа: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653641/EXPO_IDA\(2021\)653641_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653641/EXPO_IDA(2021)653641_EN.pdf) (дата обращения: 23.08.2023).
26. Roma in the COVID-19 Crisis. — Режим доступа: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/roma-in-the-covid-19-crisis> (дата обращения: 23.08.2023).
27. Guhland J., Gerster L. Crisis and Loss of Control. *German-Language Digital Extremism in the Context of the COVID-19 Pandemic*. — Режим доступа: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/12/ISD-Mercator-Report-English.pdf> (дата обращения: 23.08.2023).
28. Coronavirus conspiracy theories targeting Muslims spread in India. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2020/apr/13/coronavirus-conspiracy-theories-targeting-muslims-spread-in-india> (дата обращения: 23.08.2023).
29. Fake WhatsApp Videos Behind Attack on Health Workers in Indore: Report. — Режим доступа: <https://thewire.in/media/coronavirus-indore-doctors-attacked> (дата обращения: 23.08.2023).
30. Germany sees spike in anti-Semitic crimes — reports. — Режим доступа: <https://www.dw.com/en/germany-sees-spike-in-anti-semitic-crimes-reports/a-56537178> (дата обращения: 23.08.2023).

Московский педагогический государственный университет

Землянский А. В., кандидат исторических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования
E-mail: av.zemlyanskii@mpgu.su

Moscow Pedagogical State University
Zemlyanskiy A. V., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Journalism and Media Communications Department, Institute of Journalism, Communications and Media Education
E-mail: av.zemlyanskii@mpgu.su

КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ СПОРТИВНОГО ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ SPORT24

Е. Г. Иващенко

Амурский государственный университет

Поступила в редакцию 14 августа 2023 г.

Аннотация: *статья посвящена рассмотрению контент-стратегий в специализированном спортивном издании Sport24. К ним автор относит круглосуточное обновление новостной ленты, размещение материалов справочно-новостной и аналитико-публицистической направленности, а также элементы таблоидизации с ее установкой на развлечение, сторителлинг и псевдоаналитику. Рассматриваются контент-стратегии, связанные с функционированием издания в интернет-пространстве (видеоформаты, подкастинг, выход в социальные сети).*

Ключевые слова: *Sport24, контент-стратегии, спортивное издание, онлайн-издание, таблоидизация, тематика, жанр, целевая аудитория.*

Abstract: *the article analyses content strategies of the specialized sports publication Sport24, including round-the-clock updating of the news feed, publishing of reference and analytical materials, as well as elements of tabloidization with its focus on entertainment, storytelling and pseudo-analytics. The article analyses content strategies related to the functioning of the publication in the Internet space (video formats, podcasting, social media involvement).*

Keywords: *Sport24, content strategies, sports publication, online publication, tabloidization, subject, genre, target audience.*

Одна из задач современного онлайн-СМИ — выбор наиболее успешных контент-стратегий для привлечения внимания потенциальной целевой аудитории и продвижения ресурса. Задача усложняется в том случае, если речь идет о специализированном издании, объем аудитории которого ограничен в силу его специфики. Цель исследования — изучить особенности контент-стратегий спортивного онлайн-издания на примере одного из популярных порталов *Sport24* (зарегистрирован Роскомнадзором как «Спорт24»).

Контент-стратегии как информационно-смысловое наполнение, как набор средств и способов воздействия на аудиторию [1, 123] — неисчерпаемая для исследователей тема. Зависящие от огромного количества факторов (социально-политических, экономических, технологических, аудиторных и др.), принципы подбора, обработки и предъявления журналистского материала регулярно обновляются. К тому же спектр тем, так или иначе связанных с контент-стратегиями, широк. В случае со спортивными СМИ, это изучение типологических особенностей изданий, их жанрово-тематического наполнения [2–5], рассмотрение специфики целевой аудитории, способов взаимодействия с ней [6], описание технологий создания медиатекстов, его языковых особенностей [7], анализ трансформационных процессов [8–10] и др. Изучение контент-стратегий *Sport24* как целостного явления, как части информационной политики редакции — предмет научного осмысления в данной работе.

Sport24 — специализированное онлайн-СМИ, зарегистрированное в Роскомнадзоре в 2018 г. Оно является частью холдинга *S8 Capital*, основная деятельность которого связана с развитием высокотехнологичных сервисов и продуктов, при этом другие СМИ в составе холдинга отсутствуют. Основатель — представитель бизнес-среды А. М. Саркисян [11]. С концепцией издания можно ознакомиться на сайте в разделе «О проекте»: *Sport24* — это оперативные и оперативные новости, интересные статьи, откровенные интервью, яркие фото и актуальные видео, новейшие интернет-технологии, удобство и адаптивность» [11]. Сочетание таких факторов, как вхождение ресурса в производственный холдинг и редакционная установка с акцентом не только на оперативное информирование, но и на развлечение аудитории, позволяют выдвинуть гипотезу о информационно-коммерческой направленности издания, что подтверждают его контент-стратегии.

«Медиакист» издания за 2022 г. говорит о 16 млн. уникальных пользователей в месяц, из которых 74% — мужчины. Наиболее активными возрастными группами являются реципиенты в возрасте от 25 до 34 лет (38,8%) и от 35 до 44 лет (14,9%). Это достаточно молодая аудитория потребителей контента, к характеристикам которой следует отнести активность, наличие доходов (люди работоспособного возраста) и развитые пользовательские навыки в сети Интернет, что, безусловно, принимается во внимание при выработке контент-стратегий издания [12].

Поскольку *Sport24* является специализированным СМИ, естественно, что большая часть материалов связана с его профилем — спортом. Спортивные новости, представленные на сайте в виде регулярно обновляемой ленты, составляют основной контент издания. Редакция следит за достоверностью информации. В разделе *FAQ* отмечается: «Мы с большой ответственностью относимся к распространению информации, проверяем ее (фактчекинг), и лишь после этого принимаем решение о публикации. Соответствующие правила прописаны в редакционной политике издания, они обязательны для каждого сотрудника редакции» [13].

Обращает на себя внимание значительное количество публикуемых новостных материалов. Для более полного представления о контенте нами были

проанализированы все публикации ресурса за одни сутки, 28.07.2023, (дата определена методом случайной выборки). За 24 часа в новостной ленте было размещено 249 публикаций, т.е. более десяти новостных материалов в час, что позволяет говорить о скорости и регулярности обновления ресурса как об одной из контент-стратегий [14]. Закономерно, что ведущим жанром на сайте при таком подходе стала заметка. Как отмечает П. Чуков, «в спортивной проблематике события меняются с такой же быстротой, как в целом в общественно-политической сфере, поэтому в периодике этого типа преобладают информационно-новостные жанры» [15, 82].

При этом не все виды спорта в новостной ленте представлены в равной степени (Таблица 1).

Таблица 1

Количество упоминаний разных видов спорта в новостной ленте за 28.07.2023 г.

№	Вид спорта	Количество упоминаний в новостной ленте
1	Футбол	150
2	Хоккей	19
3	ММА	13
4	Теннис	12
5	Гимнастика	9
6	Фигурное катание	5
7	Бокс	3
8	Баскетбол	3
9	Гольф	3
10	Легкая атлетика	2
11	Лыжи	1
12	Автомобильный спорт	1
13	Другие	28
14	Итого	249

Выбор освещаемых видов спорта, безусловно, во многом зависит от сезона, от проходящих мероприятий, но все же долгосрочное наблюдение показывает, что приоритетными независимо от текущих событий в *Sport24* являются футбол, хоккей, ММА и фигурное катание, что соответствует традиционным предпочтениям целевой аудитории спортивных СМИ. Издание освещает события, которые интересны его подписчикам, «подстраивается» под аудиторию, что является характерной чертой коммерческих проектов. Так, 28.07.2023 проходили чемпионаты мира по плаванию и водному поло, соревнования по теннису, но эти события не сильно повлияли на повестку дня. Издание не пытается продвигать новые виды спорта, формировать спортивные или общественные ценности, «высвечивать проблемы».

К материалам справочно-новостной направленности можно отнести также информацию о соревнованиях, которые состоятся в ближайшее время, турнирные таблицы, составы команд (с указанием возраста, роста, веса игроков), данные о ставках букмекерских контор и др. Вместе с расписанием пользователи мо-

гут узнать предметные расклады, ознакомиться с подборкой ранее опубликованных журналистских материалов о той или иной команде или спортсмене.

Центральное место на странице сайта занимают материалы аналитической и публицистической направленности [14]. Их сопровождают фотоиллюстрации, названия выделяются более крупным шрифтом, присутствуют подзаголовки. За сутки (28.07.2023 года) на центральной полосе сайта было размещено 20 подобных публикаций (Таблица 2).

Комментарии, обзоры, прогнозы, интервью — это, своего рода, журналистская спортивная классика. Комментарии являются неотъемлемой частью спортивных СМИ в силу своей эмоциональности, обзоры и обозрения привлекают читателей широтой охвата материала, интервью, житейские истории и мини-истории позволяют лучше узнать спортсменов и тренеров, а прогнозы дают возможность свериться с мнением специалистов и отвечают духу азарта, свойственному болельщикам.

Сложная жанрово-тематическая структура сайта не оставляет ощущения хаоса за счет продуманной оформительской модели издания. Материал визуаль-

но сгруппирован в блоки по жанрово-тематическому признаку, что позволяет легко ориентироваться

на сайте. Приоритет остается за спортивной тематикой, сопутствующие материалы его не затмевают.

Таблица 2

Аналитические и художественно-публицистические материалы

№	Жанр	Публикация
1	Комментарий	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Русский хоккеист — легенда великого клуба из США? Как контракт Панарина попал в топ-3 истории «Рейнджерс». 2. «Ирина Винер хочет поднять с колен гимнастику в Африке. Почему это не должно восприниматься как шутка?». 3. «Плохой актер». Шлеменко обвинили в договорняке: чемпион AMC Fight Night привел сравнение с Емельяненко. 4. Главный русский трансфер лета в НХЛ закончился разочарованием! Тарасенко едет в скромную «Оттаву» — на год и \$5 млн. 5. Устюгов взял реванш за спринт на Дворцовой площади в Питере. Ему не помешали даже огромные лужи на финише. 6. Звезду «Милана», которая обожала клуб, насильно продали в Англию. Он рыдал, узнав о трансфере. 7. Украинка Харлан специально пошла на скандал с русской, а потом орала от боли. Она сама направила оружие на Смирнову. 8. Ягр собрал суперзвезду из НХЛ в родном клубе! Но суммарно этой пятерке исполнилось 220 лет. 9. Версия со «стаканом бабушки» в деле Валиевой — выдумка? Страшные откровения врача Шветского за 2 месяца до суда.
2	Обзор и обозрение	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Спартак» заманивает топового аргентинца, к саудитам ушел еще один звездный игрок АПЛ. Трансферы и слухи дня. 2. «Самая горячая в мире». Изящная русская теннисистка в одном купальнике лежит на воде в открытом море. 3. «Рискнул показать, что достоин большего». Что говорят в Америке о контракте Тарасенко с «Оттавой». 4. Карпин огорчит ослабленный «Зенит», а «Спартак» опять устроит голевое шоу. Экспресс на РПЛ.
3	Житейская история, мини-история	<ol style="list-style-type: none"> 1. Скандальный футболист СССР насмерть сбил военного на Украине. Его не смогли отмазать даже влиятельные покровители. 2. Мало кто помнит, что было с великим Ягудиным на его 1-й Олимпиаде: он чуть не упал в обморок прямо на льду. 3. Совпадение или проклятие? Сын футболиста СССР погиб через 13 лет после отца: их погубило одно и то же. 4. Его носили на руках вместе с великим Харламовым, он устрашал вратарей и уложил чешского провокатора. История Гусева.
4	Интервью	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Ни один партнер по сборной Латвии не осудил меня за игру в России». Интервью единственного латыша в КХЛ Калниньша.
5	Прогноз	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Дзюба разогнал «паровоз» — в Воронеж москвичи едут за победой. Прогноз на «Факел» — «Локомотив».
6	Фотообозрение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Певицы 90-х спустя 30 лет: как выглядят сейчас звезды русской поп-музыки и какими были тогда — фото.

Фактологическая точность новостной ленты, ее регулярная обновляемость, наличие аналитических материалов, качественный фотоконтент, обилие инфографики (при том, что визуальный материал не доминирует над текстовым), являющиеся признаками качественного издания, — несомненные достоинства портала «Sport24». При этом, нельзя не отметить тенденцию к таблоидизации, которая проявляется в мощно выраженной развлекательной функции и в упрощенной подаче материала.

Исследователи спортивной журналистики называют установку на развлечение одной из важных ее особенностей, так как спорт для большей части целевой аудитории является частью досуга, хобби. Рекреативная функция спортивных изданий заключается в том, что их контент предстает как вид развлечения, дает возможность отдохнуть,

уйти от ежедневных проблем. П. Воронков, анализируя типологию современной спортивной прессы, добавляет к развлекательной функции спортивной журналистики такие особенности как «эскейпизм» (возможность уйти от проблем действительности) и «функцию эмоциональной мены» (эмоциональной разрядки) [5].

Главный показатель таблоидизации в *Sport24* — подмена в некоторых случаях аналитики и публицистики на псевдоаналитику и сторителлинг. Так, наряду с журналистскими обзорами и обозрениями (например, ««Спартак» заманивает топового аргентинца, к саудитам ушел еще один звездный игрок АПЛ. Трансферы и слухи дня»), можно встретить такие публикации, как «Самая горячая в мире». Изящная русская теннисистка в одном купальнике лежит на воде в открытом море», представляющие собой

обзор комментариев о фигуре спортсменки в одной из социальных сетей.

К чертам таблоидизации на сайте также относится эксплуатация «острых» тем, среди которых эротизация, тема смерти (без особого повода), акцент на личном, интимном (сторителлинг) и др. Эксплуатируя данную тематику, издание далеко уходит от своей специализации: освещаются не только спортивные и «околоспортивные» события, но и те, которые не имеют к спорту никакого отношения. Например, материал «Совпадение или проклятие? Сын футболиста СССР погиб через 13 лет после отца: их погубило одно и то же» можно определить как псевдоновость. В нем рассказывается об авариях, унесших жизни отца и сына, при этом оба события — дела «давно минувших дней» (2002 и 2015 гг.), при этом никакие параллели с современностью не проводятся. Публикация отдаленно связана с тематикой портала и построена на интересе читателей к теме смерти и мистическим совпадениям. Фотообзор «Певицы 90-х спустя 30 лет: как выглядят сейчас звезды русской поп-музыки и какими были тогда — фото» к теме спорта не имеет никакого отношения, оно представляет собой сравнение фотографий с форматом «тогда и сейчас» певиц, слава к которым пришла в 90-е гг. XX века. Автор не комментирует сравнение, он предлагает сделать это читателям, поставив знак одобрения / неодобрения или оставив комментарий. Поскольку оцениваются исключительно внешние данные, можно говорить о псевдоаналитическом характере обзора.

Заголовки части публикаций не оставляют сомнений в таблоидном характере материалов. Они провокационны, скандальны, драматичны, излишне эмоциональны, а потому кликабельны: «Версия со «стаканом дедушки» в деле Валиевой — выдумка? *Страшные откровения* врача Шветского за 2 месяца до суда», «Украинка Харлан специально пошла на скандал с русской, а потом *орала от боли*. Она сама направила оружие на Смирнову». При этом сами материалы, зачастую, не содержат ни скандальной, ни провокационной информации, сдержаны по тону — все ограничивается лишь заголовком.

Максимально далеким от спорта является раздел *Lifestyle*, размещающий информацию о личной жизни знаменитостей, новинках кино, путешествиях, моде и др. [16] Так 28.07.2023 г. на нем были размещены 5 материалов: «Самый безопасный способ удаления волос на теме: что нужно знать о шугаринге», «Едем пить минеральные воды и принимать грязевые ванны: как недорого», «Ради популярной в США русской водки американцы построили в СССР заводы: страны обменялись напитками» и др. Тематика публикаций свидетельствует о том, что редакция пытается привлечь на сайт максимально широкую аудиторию, в том числе не интересующуюся миром спорта. «МедиакиТ» подтверждает успешность дан-

ной контент-стратегии: 5 млн. пользователей в месяц в разделе «Футбол», 4 млн. в разделе «Фигурное катание», 1,5 млн. в разделе *MMA* и 6 млн. в разделе *Lifestyle* — максимальный показатель из всех разделов, согласно приведенной статистике [12]. Таким образом, установка на развлечение, на облегченную, занимательную информацию позволяет изданию выходить за рамки специализированного и привлекать широкую аудиторию. Следует отметить, раздел появился на сайте в ноябре 21 года [12], следовательно, с этого момента направление в сторону таблоидизации закрепилось в информационной политике редакции.

Следующая группа контент-стратегий связана с функционированием издания в интернет-пространстве. На сайте используются разного рода видеоформаты [17]. Это авторские программы («Вдвиге» А. Дорофеева, *Hockey History* А. Гаева и др.), тематические программы («Фигуристы в Телеграмме», «Фигурка»), документальные фильмы, отдельные видеосюжеты на разные темы и др. Они находятся в отдельном разделе и не размещаются на центральной странице сайта. Так в рассматриваемую дату был опубликован видеосюжет авторской программы Артема Гаева *Hockey History* «Александр Гусев — дружба с Харламовым / Фильм Легенда № 17 / отказ НХЛ / Hockey History». Все видео разделены на 5 тематических групп: «Фигурное катание», *MMA*, «Футбол», «Хоккей», «Другие виды спорта». Видеосюжеты — необходимое составляющее спортивных онлайн-СМИ. *Sport24* отказался от трансляции соревнований, делая ставку на собственный контент. Данное решение можно назвать оптимальным, так как по объему транслируемых соревнований портал не может соперничать с такими изданиями, как, например, «Матч!», аффилированный с телеканалом «Матч.ТВ», а авторские и тематические программы могут привлечь внимание аудитории.

Обращение к подкастингу также можно расценить как одну из контент-стратегий. Со 2 октября 2020 г. на портале размещается подкаст «Сделала» [18]. Так как он является единственным аудиоресурсом, его расположили в разделе видео. Помимо *Sport24* его можно найти на таких популярных ресурсах, как *Apple Podcasts*, *Spotify*, что позволяет, с одной стороны, выйти за рамки сайта, с другой — привлечь внимание аудитории на сайт *Sport24*. Согласно данным исследования аудитории подкастов за январь — март 2022 г., проведенного проектом «Лайфхакер», 27% слушателей — это аудитория от 18 до 24 лет, 49% — от 24 до 34 лет, 24% приходится на иные возрастные группы [19]. Следовательно, возрастная категория слушателей подкастов несколько моложе, чем у *Sport24*, что позволяет рассматривать подкастинг как контент-стратегию, способную привлечь на сайт молодежь.

К контент-стратегии издания также следует отнести сотрудничество с букмекерскими конторами с тотализаторами, что позволяет аудитории делать ставки, тем самым провоцирует интерес к материалам сайта (прогнозам, интервью, рейтингам, комментариям и др.), а изданию приносит доход от предоставления рекламных площадей.

И последняя стратегия, связанная с возможностями онлайн-СМИ, — это создание аккаунтов в социальных, что в настоящее время является, фактически, обязательным условием развития издания. Именно страницы в социальных сетях помогают получить ответную реакцию от аудитории в виде комментариев, лайков, распространения ссылок и др.

Таким образом, контент-анализ Sport24 позволил выделить ведущие стратегии издания. Новостная лента издания отличается достоверностью, объективностью, регулярной обновляемостью. Большая часть материалов посвящена миру спорта. При этом присутствуют черты таблоидизации, с ее установкой на развлекательность, обращением к «острым» темам и «лайфстайл»-тематике, псевдоаналитикой, кликабельностью заголовков. К контент-стратегиям также можно отнести наличие видеоматериалов в разных жанрах, подкасы и взаимодействие с социальными сетями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фролова Т. И. Контент-стратегии СМИ: к определению понятия / Т. И. Фролова // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия. — 2017. — Т. 1. — С. 123–124
2. Кокорина Т. С. Спортивные Интернет-СМИ России: типологический анализ / Т. С. Кокорина // Век информации. — 2017. — № 2–1. — С. 264–265.
3. Эшкинина У. Ю. Система современных специализированных спортивных интернет-медиа в России / У. Ю. Эшкинина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, — № 4. — С. 760–774.
4. Гатаулин Р. М. Жанровая трансформация системы спортивной журналистики в условиях развития современных СМИ / Р. М. Гатаулин // Ценностные ориентиры современной журналистики. — Пенза. — 2014. — С. 65–68.
5. Воронков П. Спортивная пресса как тип / П. Воронков // Электронный журнал «Проза.ру». — Режим доступа: <https://proza.ru/2001/02/08-36> (дата обращения: 13.08.2023).
6. Войтик Е. А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. / Е. А. Войтик. — Томск. — 2013.
7. Кузнецов Е. С. Преувеличивающий заголовок как аттрактивный прием в спортивных интернет-СМИ / Е. С. Кузнецов // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 4 (38). — С. 204–210.
8. Эшкинина У. Ю. Трансформация современных специализированных спортивных журналов / У. Ю. Эшкинина // Вестник Воронежского университета. Сер. «Филология и журналистика». — 2019. — № 1. — С. 133–140.
9. Тулупов В. В. Спортивная российская пресса: вчера и сегодня / В. В. Тулупов // Вестник Воронежского университета. Сер. «Филология и журналистика». — 2021. — № 2. — С. 148–154.
10. Мокшин С. И. Трансформация спортивной журналистики в России. Дискурс новых медиа / С. И. Мокшин // Вестник Воронежского университета. Сер. «Филология и журналистика». — 2023. — № 1. — С. 104–106.
11. О проекте. — Режим доступа: <https://sport24.ru/about> (дата обращения: 13.08.2023).
12. Sport24.ru. О спорте на позитиве. — Режим доступа: https://s73937.cdn.ngenix.net/public/src/assets/documents/Sport24_Mediakit_2023_april.pdf (дата обращения: 13.08.2023).
13. FAQ. — Режим доступа: <https://sport24.ru/faq> (дата обращения: 13.08.2023).
14. Sport24. — Режим доступа: <https://sport24.ru/> (дата обращения: 13.08.2023).
15. Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания. Диссертация к. филол. н. / П. И. Чулков. — Ростов-на-Дону. — 2004.
16. Lifestyle/ — Режим доступа: <https://sport24.ru/lifestyle> (дата обращения: 13.08.2023).
17. Видео. — Режим доступа: <https://sport24.ru/videos> (дата обращения: 13.08.2023).
18. Сделала — Режим доступа: <https://sport24.ru/videos/figureskating/podkast-sdelala> (дата обращения: 13.08.2023).
19. Первое исследование рекламы в подкастах в России: популярные форматы, рекламодатели и отношение аудитории // Лайфхакер. — Режим доступа: [https://vc.ru/media/413174-pervoe-issledovanie-reklamy-v-podkastah-v-rossii-populyarnye-formaty-reklamodately-i-otnoshenie-auditorii?comments](https://vc.ru/media/413174-pervoe-issledovanie-reklamy-v-podkastah-v-rossii-populyarnye-formaty-reklamodатели-i-otnoshenie-auditorii?comments) (дата обращения: 13.08.2023).

*Амурский государственный университет
Иващенко Е. Г., кандидат филологических наук, доцент
кафедры русского языка, коммуникации и журналистики
E-mail: eivaschenko@mail.ru*

*Amur State University
Ivashchenko E. G., Candidate Philology, Associate Professor
of the Department of Russian Language, Communication and
Journalism
E-mail: eivaschenko@mail.ru*

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ И ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ЖУРНАЛИСТИКЕ

М. Н. Королева, Е. Е. Пронина

Московский государственный университет

Поступила в редакцию 12 октября 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается влияние контента пользователей на становление человекоцентрированного подхода в журналистике. Выявлена взаимосвязь субъектности журналиста и аутентичности издания с человекоцентрированной стратегией освещения событий. Отмечается важное значение UGC и народной журналистики для дальнейшего развития СМИ.

Ключевые слова: онлайн-СМИ, новости, травматические события, гражданская журналистика, пользовательский контент, человекоцентрированный подход.

Abstract: the article examines the impact of user content on the development of a person-centered approach in journalism. The interrelation of the role of a journalist and the originality of the media content with a human-centered information strategy is revealed. The importance of UGC for the further development of the media is considered.

Keywords: online media, news, traumatic events, citizen journalism, UGC, human-centered approach.

Введение. Кризис институциональных медиа отмечают сегодня многие исследователи, что заставляет задуматься о судьбе СМИ и журналистики в ближайшем будущем. Результаты аудиторных медиаизмерений уже неоднократно показывали, что интернет-пользователи отдают предпочтение социальным медиа в качестве источника новостей [1]. Считавшиеся бесспорными преимуществами традиционных СМИ — объективность, беспристрастность, авторитетность (институциональность) — вдруг перестали быть такими уж бесспорными, превратившись в «сухость и бесцветность», «недостаточную глубину освещения события», «отсутствие или недостаток диалога с читателями» [2]. Сохранить аудиторию в конкуренции с блогосферой оказалось сложно. Уже и сами журналисты «готовы признать, что их «гражданские» коллеги блогеры зачастую оказываются быстрее, точнее и понятнее для массовой аудитории, просто потому что выступают очевидцами событий и способны показать ситуацию «изнутри»» [3].

Учитывая новые запросы аудитории, все больше ученых начали уделять внимание эмоциям в производстве медиатекстов и вовлечению аудитории в этот процесс. Новый тренд был обозначен как «эмоциональный поворот» в медиаисследованиях [4]. Привлечение контента пользователей зачастую стали рассматривать как главный способ повысить общественное доверие к институту СМИ, уменьшить разрыв между журналистикой и гражданским обществом [5], перейти от поучающей, «лекционной» журналистики к журналистике «равных» [4].

Независимо от теоретических дискуссий, профессиональные журналисты, по их собственному признанию, все чаще полагаются на любительский контент при освещении событий, свидетелями которых они не были [6]. Сегодня UGC (*от англ. User Generated Content* — «созданный пользователями контент») помогает профессионалам во многих отношениях: а) оперативно узнавать и получать эксклюзивную информацию; б) искать очевидцев и новых героев для своих материалов; в) сделать аудиторию соучастником события и т.д. [1]. По мнению зарубежных исследователей, включение контента неинституционализированных авторов обеспечивает большее разнообразие мнений, необходимую детализацию в освещении событий, большую прозрачность, открытость [2]; наполняет журналистские материалы большей глубиной, помогает раскрывать темы с новых сторон, а также сам по себе является источником необычных сюжетов, на которые СМИ могли бы и не обратить свое внимание изначально [7].

Конечно, есть и иная точка зрения на любительский контент. К числу минусов UGC эксперты сегодня относят необходимость дополнительного фактчекинга и верификации информации [8]; недостаточное качество пользовательских текстов; неконтролируемость UGC; проблему ответственности за непрофессиональных авторов [9] и, наконец, отсутствие развитого законодательства в области авторского права [9].

Каково в действительности значение UGC в развитии современной журналистики и СМИ? Чтобы ответить на этот вопрос, мы рассмотрели особенности освещения экстремальных событий в российских

медиа. Освещение чрезвычайных ситуаций предъявляет повышенные требования к журналистике с точки зрения обеспечения информационно-психологической безопасности и задач мобилизации общества на преодоление трудностей. Именно в такие моменты проявляются основные достоинства и недостатки работы СМИ, разрешающие возможности информационных стратегий. Ранее мы уже рассматривали роль UGC в обеспечении открытости и безопасности СМИ [10], теперь нам хотелось бы затронуть проблему влияния UGC на информационную стратегию издания в целом.

Методика исследования. Материалом исследования послужили публикации трех популярных российских онлайн-СМИ («Комсомольской правде» (KP.ru), «Известиях» (IZ.ru) и «Ленте» (Lenta.ru)) о чрезвычайных событиях в период с 2018 по 2020 гг. Для анализа были выбраны три события, широко освещавшиеся в СМИ в период проводимого исследования: 1) пожар в ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово (из-

учались публикации с 25 марта по 31 декабря 2018 г.); 2) наводнение и серия последующих паводков в Иркутской области (публикации с 27 июня по 31 декабря 2019 г.); 3) пандемия коронавируса (публикации с 10 января по 31 декабря 2020 г.).

В выборку вошли 855 медиатекстов, отобранных случайным образом: из них 130 статей (15% от общего числа) содержали пользовательские материалы — фотографии, видеозаписи, комментарии и посты пользователей, первоначально размещенные в различных социальных сетях (*Twitter, YouTube, ВКонтакте, Одноклассники* и др.). Статьи, включающие материалы пользователей, далее для краткости обозначаются как *гибридные*. Статьи без использования UGC (725) — как *традиционные, простые* или *обычные*. Распределение статей по темам и платформам можно увидеть в Таблице 1. В скобках указано количество гибридных статей в общей сумме публикаций по каждой категории.

Таблица 1

Распределение текстов выборочной совокупности по темам и платформам

Событие	Платформа			Всего
	Lenta.ru	IZ.ru	KP.ru	
Пожар в ТЦ	100 (18)	100 (8)	100 (23)	300 (49)
Наводнение	100 (13)	100 (2)	95 (36)	295 (51)
Пандемия	100 (11)	100 (5)	60 (14)	260 (30)
Всего	300 (42)	300 (15)	255 (73)	855 (130)

В качестве метода исследования использовался контент-анализ, а также процедуры вероятностно-статистической обработки данных по программе *SPSS IBM Statistics*.

Кодификатор контент-анализа включал более 130 первичных признаков: в том числе формальные признаки, предназначенные для регистрации платформы размещения и темы статьи; признаки, фиксирующие содержательные элементы текста, такие, как источники данных, субъекты действия, субъекты мнения, авторство, виды использованных материалов, травмогенность и т.д., и, наконец, показатели количества просмотров, комментариев и репостов по каждой статье.

Результаты. Как оказалось, любительские материалы используются в СМИ достаточно редко — для всей выборки это 15%. Однако разные издания значительно отличаются по данному показателю. Наиболее часто обращается к пользовательским материалам KP.ru — 29%, на втором месте Lenta.ru — 14% и на третьем IZ.ru — 5%. Расчеты показали, что эти различия выходят за рамки случайных отклонений и являются статистически значимыми, то есть они маркируют важные различия в информационных стратегиях этих изданий.

Предварительный анализ по основным категориям контент-анализа показал, что различия между исследуемыми онлайн-платформами проявляются

главным образом в том, кто именно в публикации выступает «субъектом мнения», «источником данных», кто предпринимает усилия по преодолению трудностей, обеспечивает «мобилизацию» общества на решение проблемы. В одном случае СМИ делают акцент на информировании аудитории об официальной позиции и деятельности институтов управления, а в другом — в фокусе внимания оказывается самостоятельная активность людей и самоорганизация общества.

Чтобы количественно оценить стратегию презентации событий, мы сформировали два показателя, условно обозначенные как «Активность власти» и «Активность людей». Так, первый показатель — «Активность власти» — объединял три первичных признака: 1) власть как субъект мнения; 2) власть как источник данных; 3) власть как структура, решающая проблему. Все первичные признаки носили бинарный характер: 1 — наличие признака (независимо от числа однотипных случаев), 0 — отсутствие. Фиксировался сам факт присутствия данного признака в тексте. Показатель «Активность власти», суммируя три первичных признака, мог изменяться от 0 до 3, в зависимости от того, в каких качествах (субъекта мнения, источника информации, субъекта действия) были представлены официальные структуры в статье. Показатель 3 — означал представленность административных структур во всех трех ролях, 0 — ни в одной.

Например, в публикации «Известий» (29.06.2019) представлены все три первичных признака «Активности власти»: «Председатель правительства Иркутской области Руслан Болотов потребовал разобрататься в ситуации с завышением цен на продукты и питьевую воду в пострадавших от наводков районах. Ранее сообщалось, что цена на хлеб в подтопленном городе Тулун выросла до 100 рублей за батон»¹.

Второй показатель — «Активность людей» — формировался сходным образом, только относительно рядовых граждан: 1) рядовые граждане как субъекты мнения; 2) как источник данных; 3) как субъекты действия. Этот показатель также мог изменяться в границах от 0 до 3.

Все три признака «Активности людей» хорошо видны в публикации «Комсомольской правды» (25.03.2018): «Детей из кинозала выводил один мужчина. Он всех успокоил, чтобы не паниковали. Он вывел их всех. Бежали кто куда: кто на эскалатор, кто на лифт. Ребенок сказал, что давка была, но никто не толкался, все спускались спокойно. Сижку, до сих пор трясет. Дай Бог здоровья тому мужчине и всем его близким. Я бы хотела его встретить и лично поблагодарить, — рассказала кемеровчанка Олеся Чащина»².

Стратегия освещения события в гибридных и традиционных статьях. Показатели «Активность власти» и «Активность людей» были рассчитаны для всех 855 публикаций. Сравнив соотношение показателей в гибридных и традиционных статьях, мы обнаружили, что показатель «Активность людей» почти в 4 раза выше в гибридных статьях, чем в простых (1,98 и 0,50 соответственно), а показатель «Активность власти» — напротив, ниже, хотя контраст и не столь велик (1,32 и 1,56 соответственно) (см. Диаграмму 1). Различия достоверны по критерию U-Манна-Уитни (для показателя «Активность людей» $U = 13569$, $p < 0,001$; для «Активности власти» $U = 41542,5$, $p < 0,05$).

Получается, что включение в статью материалов пользователей меняет представление об основных акторах события. Влияет ли использование UGC на стратегию издания в целом?

Информационная стратегия издания. Сравнив показатели разных платформ (см. Диаграмму 2), можно заметить, что одно из изданий явно отличается по соотношению показателей. Так, в текстах Lenta.ru и IZ.ru показатель «Деятельность власти» почти в 3

раза выше, чем показатель «Активность общества». На платформе KP.ru, иная картина: «Активность людей» здесь преобладает над «Активностью власти», хотя и не очень значительно.

Этот результат особенно интересен в свете того, что именно KP.ru чаще всего обращается к пользовательским материалам. По всей видимости, использование UGC для KP.ru не случайное явление, а отражение общей стратегии издания, более ориентированной на отражение деятельности аудиторрии, чем информирование о деятельности органов управления. Такой подход можно было бы обозначить как «чело­векоцентрированный» в противоположность вла­стецентрированному или институциональному.

Определение «чело­векоцентрированный» в данном контексте соединяет сразу два важных понятия: одно из которых восходит к журналистскому понятию «human-interest» («человеческий интерес»), а второе — к известной парадигме гуманистической психологии «personal-centered approach» («чело­векоцентрированный подход»). Чело­векоцентрированный подход рассматривает человека как автономного субъекта, обладающего «самоценностью, достоинством и способностью к самоуправлению» [11], что одновременно отвечает и журналистским критериям «человеческого интереса», и принципам гуманистического подхода. Важно, что, несмотря на достаточно сложное психологическое, мировоззренческое и методологическое содержание, данная стратегия имеет весьма четкие текстовые критерии и может быть измерена в счетных единицах:

$$I = \frac{(P - A)}{3}$$

где I (information) — информационная стратегия, P (people) — показатель активности граждан, A (authorities) — показатель активности власти. Делитель 3 обращает шести-балльную шкалу в биполярную

Положительные значения показателя I свидетельствуют о чело­векоцентрированной информационной стратегии — то есть о преимущественном внимании журналистов к жизни простых людей, отрицательные значения — об институциональной или властецентрированной стратегии.

На Диаграмме 3 представлены значения показателя I для каждого из трех изданий, а также для двух типов текстов: традиционных и гибридных.

Как можно увидеть, материалы, публикуемые в IZ.ru и Lenta.ru, отличаются выраженной фиксацией на вопросах власти и управления (–0,43 и –0,36 соответственно), KP.ru сохраняет относительный баланс с некоторым перевесом в пользу информации о гражданах. Наиболее высокий уровень чело­векоцентрированной информации мы находим в гибрид-

¹ В зоне наводнения в Иркутской области выявили завышение цен // IZ.ru. 2019. Июнь, 29. — Режим доступа: <https://iz.ru/894211/2019-06-29/v-zone-navodneniia-v-irkutskoi-oblasti-yiavili-zavyshenie-tcen> (дата обращения: 13.05.2022)

² Гараева Л. Мамы ищут спасителя, который успокоил и вывел детей из горящего кинозала в Кемерово // KP.ru [25.03.2018]. — Режим доступа: <https://www.kem.kp.ru/daily/26810.5/3846076/> (дата обращения: 12.05.2022)

ных текстах (0,22) (независимо от издания). (Различия между всеми изданиями, а также различия между гибридными и простыми текстами значимы по критерию U Манна-Уитни).

Дискриминантный анализ различий между онлайн-платформами. Лучше понять характер различий между изданиями позволил *дискриминантный анализ* (см. Диаграмму 4). На этот раз в исследовании использовались первичные признаки контент-анализа: в том числе, тип и источник материалов; указание авторства, субъекты мнений, наличие фактов и фактоидов, травмогенность материала и т.д.— всего 57 признаков. Наиболее значимыми критериями оказались, против ожидания, не содержательные, а формальные критерии: наличие/отсутствие указания авторства, наличие/отсутствие собственных редакционных материалов и подобные.

На рисунке представлено пространство двух канонических функций, представляющих наиболее значимые характеристики изданий. Хорошо видны, с одной стороны, «близость», сходство публикаций,

принадлежащих одному изданию, а с другой,— значительная дистанция между публикациями KP.ru и материалами двух других онлайн-СМИ. Наиболее велики различия по горизонтальной оси — первой канонической функции, обозначенной как «*Субъектность журналиста*». С наибольшим весом в неё входят такие категории контент-анализа, как «авторство указано» и «журналист субъект мнения». Анализ частотных показателей подтвердил (см. Таблицу 3), что журналисты KP.ru чаще, чем журналисты двух других интернет-изданий, подписывают свои статьи и прямо высказывают личное мнение.

Вертикальная ось (вторая каноническая функция) «Агрегация новостей» характеризует уровень использования сторонних фото/видео материалов в публикациях издания. По существу, чем выше показатель по данной оси, тем ниже аутентичность, оригинальность материалов издания.

В Таблице 2 представлены процентные показатели каждого издания по категориям контент-анализа, вошедшим в канонические функции.

Таблица 2

Процентные показатели исследуемых онлайн-изданий по категориям первой и второй канонических функций (в % от числа статей)

Издание	Категории контент-анализа			
	1-я каноническая функция		2-я каноническая функция	
	автор указан	субъект мнения журналист	наличие редакц. материалов	наличие материалов из др. СМИ
Lenta.ru	2%	2,33%	11,33%	92,67%
IZ.ru	6,67%	4,67%	53,0%	70,33%
KP.ru	98,8%	89,8%	71,37%	38,04%

Различия между всеми показателями, представленными в Таблице 2, статистически значимы, за исключением одного случая: Lenta.ru и IZ.ru статистически неразличимы по категории «субъект мнения — журналист». В этих изданиях мнение журналистов практически не представлено, что резко контрастирует с показателями платформы KP.ru, где 90% журналистов делятся с читателями личными соображениями и впечатлениями и почти все (98,8%) подписывают свои статьи.

Таким образом, обычные формальные критерии неожиданно оказались весьма важными индикаторами фундаментальных трендов на персонализацию и аутентичность информации в современной журналистике.

Дальнейший корреляционный анализ показал наличие положительной взаимосвязи между человекоцентрированной стратегией и индикаторами субъектности журналиста и аутентичности издания (см. Таблицу 3).

Таблица 3

Взаимосвязь информационной стратегии с показателями субъектности журналиста и аутентичности издания (корреляция r Спирмана)

		автор указан	субъект мнения журналист	наличие редакц. материалов	наличие материалов из др. СМИ
Человекоцентрированный подход	Коэффициент корреляции	0,329**	0,352**	0,05	-0,162**
Значимость р		0	0	0,143	0
N		855	855	855	855

** Корреляция значима на уровне $p < 0,01$

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования были обнаружены существенные различия между онлайн-СМИ по параметрам субъектности журналиста, персонализации и аутентичности информации, которые являются индикаторами эволюции современных СМИ, стремящихся к уменьшению разрыва с блогосферой. Как показало наше исследование, данные индикаторы значимо коррелируют с развивающимся человекоцентрированным подходом в журналистике.

Важную роль в становлении человекоцентрированного подхода в СМИ играют материалы пользователей, они изменяют соотношение институциональной и человекоцентрированной информации в медиатексте. Оказалось, что статьи с привлечением UGC в среднем значительно более **человеко-**

центричны, чем традиционные (без UGC): показатель активность граждан в гибридных статьях втрое выше, чем в простых. Можно сказать, что творчество непрофессиональных авторов сегодня как бы задает «зону ближайшего развития»³ для профессиональных СМИ — становится своего рода обучающей моделью для журналистов в том, что касается **человекоцентрированной** коммуникации.

³ «Зона ближайшего развития» — понятие, введенное Л. С. Выготским для описания важного механизма развития личности. Означает процесс подтягивания актуального уровня развития субъекта до следующего максимально возможного для него уровня благодаря кооперации с партнером, находящимся на более высокой ступени развития [12, 247].

Диаграмма 1
Отражение «Активности людей» и «Активности власти» в обычных (без UGC) и гибридных (с UGC) текстах

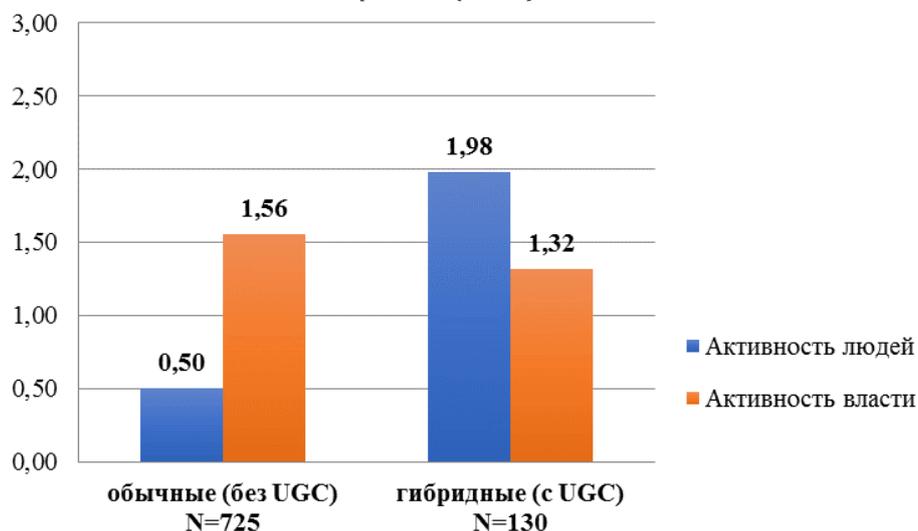


диаграмма 2
Освещение «Активности власти» и «Активности людей» в публикациях трех медиаплатформ

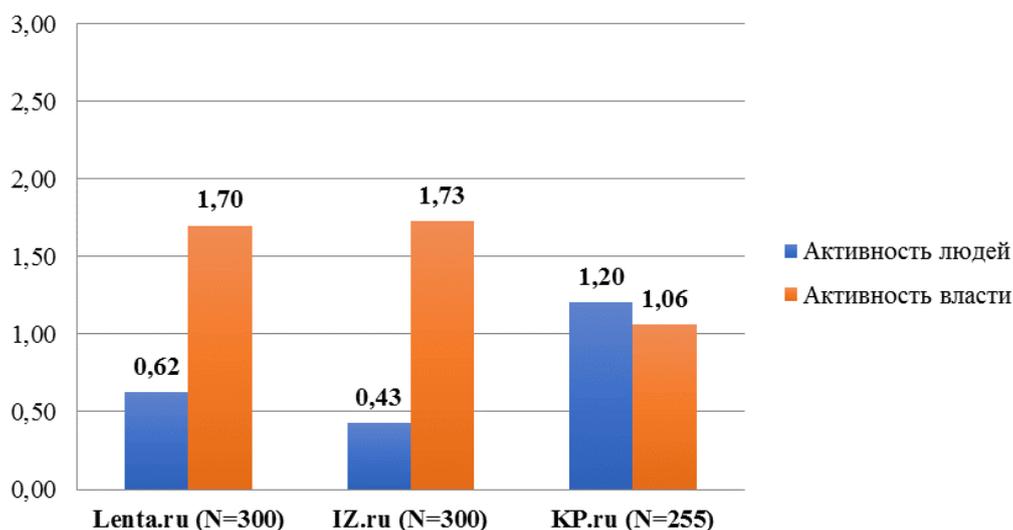


Диаграмма 3
Информационные стратегии, характерные для разных изданий и типов текста

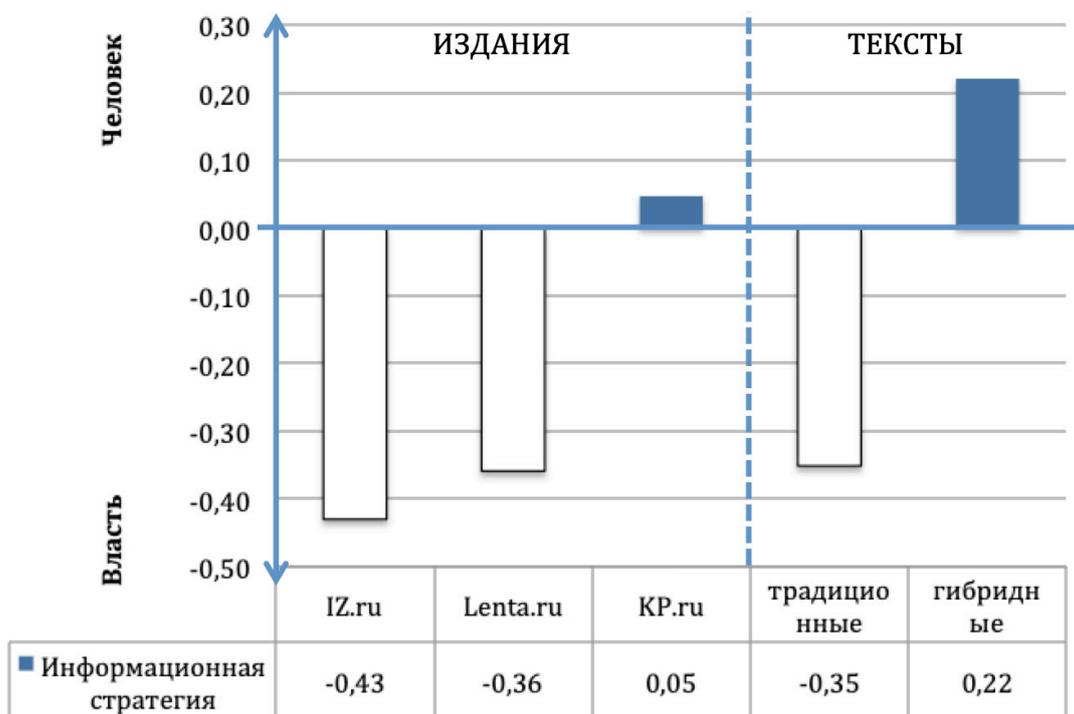
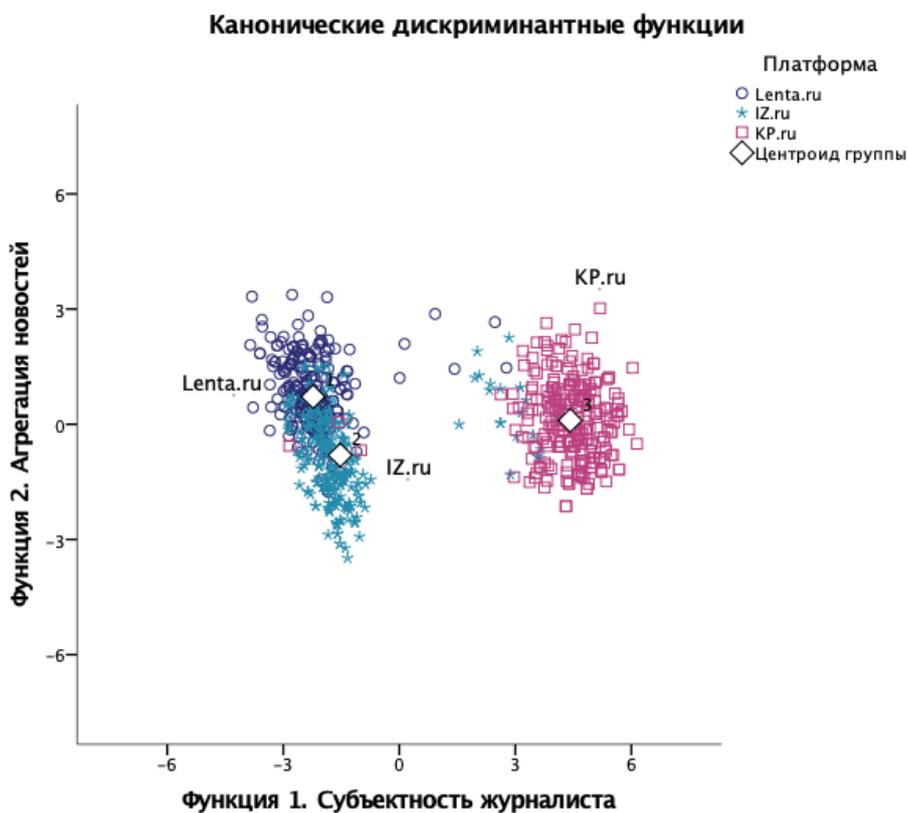


Диаграмма 4
Результаты дискриминантного анализа для трех онлайн-изданий



ЛИТЕРАТУРА

1. Толоконникова А. В. Пользовательский контент в выпусках новостей на российских телеканалах / А. В. Толоконникова, А. В. Максимова // Медиаскоп. 2019.— Вып. 3. DOI: 10.30547/mediascope.3.2019.8.— Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2569> (дата обращения: 06.02.2023)
2. Fisher C., Flew T., Park S., Lee J. Y., Dulleck U. Improving Trust in News: Audience Solutions. *Journalism Practice*.— 2020.— 15 (10): 1497–1515. DOI: 10.1080/17512786.2020.1787859.
3. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К. А. Карякина // Медиаскоп.— 2010.— Вып. 1.— Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/актуальные-формы-и-модели-новых-медиа-от-понимания-аудитории-к-созданию-контента> (дата обращения: 06.02.2023).
4. Wahl-Jorgensen K. An Emotional Turn in Journalism Studies? // *Digital Journalism*.— 2019.— 8 (2): 175–194. DOI: 10.1080/21670811.2019.1697626.
5. Palomo B., Teruel L., Blanco-Castilla E. Data Journalism Projects Based on User-Generated Content. How La Nacion Data Transforms Active Audience into Staff. // *Digital Journalism*.— 2019.— 7 (9): 1270–1288. DOI: 10.1080/21670811.2019.1626257
6. Johnston L. Social News = Journalism Evolution? // *Digital Journalism*.— 2016.— 4 (7): 899–909. DOI: 10.1080/21670811.2016.1168709
7. Grosser K. M., Hase V., Wintterlin F. Trustworthy or Shady? Exploring the Influence of Verifying and Visualizing User-generated Content (UGC) on Online Journalism's Trustworthiness. // *Journalism Studies*.— 2017.— 20 (4): 500–522. DOI:10.1080/1461670X.2017.1392255
8. Соколова Д. В. Фактчекинг и верификация информации в Российских СМИ: результаты опроса / Д. В. Соколова // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика.— 2018.— № 4.— С. 3–22.
9. Баранова Е. А. Бизнес-стратегия, основанная на использовании ресурсов пользователей (UGC): опыт российских СМИ / Е. А. Баранова // Вест. Моск. ун-та.— 2016.— Сер. 10: Журналистика.— № 6.— С. 163–175.
10. Королева М. Н., Пронина Е. Е. Пользовательский контент в текстах российских онлайн-СМИ о травмогенных событиях / М. Н. Королева, Е. Е. Пронина // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика.— 2022.— № 4.— С. 21–46. DOI: 10.30547/vestnikjourn.4.2022.2146
11. Орлов А. Б. (2012) Человекоцентрированный подход в психологии, психотерапии, образовании и политике / А. Б. Орлов // Журнал практического психолога.— 2012.— № 1.— С. 33–64.
12. Выготский Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский // Собр. соч. Т. 2.— М.: Педагогика. 1982.— С. 5–361.

Московский государственный университет имени
М. В. Ломоносова

Королева М. Н., преподаватель кафедры цифровой
журналистики

E-mail: maria.nkoroleva@yandex.ru

Пронина Е. Е., доктор филологических наук, кандидат
психологических наук, профессор кафедры цифровой жур-
налистики

E-mail: pronina.elena@gmail.com

Lomonosov Moscow State University

Koroleva M. N., Lecturer at the Chair of Digital Journalism

E-mail: maria.nkoroleva@yandex.ru

Pronina E. E., Doctor of Philology, Candidate of Psychology,
Professor at the Chair of Digital

E-mail: pronina.elena@gmail.com

ТЕКСТОВЫЙ КОНТЕНТ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА, ПРИЧИНЫ ТРАНСФОРМАЦИИ

С. К. Кучигина

Пензенский государственный университет

Поступила в редакцию 13 сентября 2023 г.

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы, касающиеся применения методов повышения эффективности интернет-присутствия образовательной организации за счет использования четко структурированного текстового конструкта, который меняется в исторически обусловленной реальности в связи с меняющимися внешними (социокультурными, экономическими, глобализационными и проч.) условиями.

Ключевые слова: контент, языковые особенности, методы, ресурсы, информация, интернет, коммуникационные схемы, текстовый контент, словоформы, языковые структуры, неологизмы, конструкты.

Abstract: the article discusses issues related to the use of methods for increasing the effectiveness of the Internet presence of an educational organization through the use of a clearly structured text construct, which changes in historically determined reality in connection with changing external (sociocultural, economic, globalization, etc.) conditions.

Keywords: content, language features, methods, resources, information, Internet, communication schemes, text content, word forms, language structures, neologisms, constructs.

Текстовой информации, размещаемой на образовательных интернет-ресурсах, уделяется большое внимание. От текстов требуется соответствие определенным критериям: информативность, лаконичность, оригинальность, уникальность, ориентированность на потребительский сегмент. Если контент соответствует этим требованиям, сайт выводится в топ-лидеров при поисковой выдаче и приобретает максимальное количество просмотров.

Одним из критериев качества информации является ее информативность. Потребитель, заходя на площадку, должен получить максимум сведений относительно товара или услуги. С этой целью составляются ключевые слова, отражающие характер пользовательских запросов, используются соответствующие онлайн-ресурсы («Яндекс.Директ», Google Ads и др.), посредством которых подбираются слова и словосочетания, участвующие в конструировании поисковой выдачи. Образовательные услуги воспринимаются пользователями социальных сетей прежде всего как коммерческое предложение, а не как информация, которая помогла бы в процессе личного и профессионального развития [1]. В этом отношении следует говорить об усложняющейся структуре рынка образовательных услуг, который пополняется центрами различной направленности, осуществляющих деятельность по большей части на лицензированной основе.

Актуальность представленного материала продиктована нарастающим усложнением коммуникационных схем, что приводит к расширению возможностей в сфере создания рекламного и информационного образовательного контента, который формируется под воздействием социокультурных, экономических факторов, служит важным средством организации деятельности образовательных учреждений.

Основными методами послужили метод дистрибутивного и трансформационного анализа, описательный и сравнительный методы, опрос, наблюдение, контент-анализ.

При создании коммерческого текста специалисты рекомендуют «разбавлять» информацию ключевыми словами равномерно, чтобы избежать перегрузки отдельных фрагментов. Перенасыщение статьи такими элементами (особенно если они используются в неизменной форме) может привести к потере занимательности и стилистическим дефектам. Кроме того, «Яндекс» и Google могут применять санкции к текстам с излишним количеством ключевых слов, принимая их за спам.

К примеру, заголовок поста «Онлайн-школа: привлекательные цены, удобный график» не мотивирует на совершение какого-либо действия, поскольку оно составлено по универсальной схеме, не имеет элемента адресности, поэтому не вызывает эмоциональной реакции. Это во многом определяется шаблонностью используемых языковых элементов.

Фрагмент рекламного сообщения «Вы еще не в онлайн-школе? А в это время идет запись по сниженной стоимости!» отличается элементами индивидуализации, вы-направленностью информации, что подкрепляется эффектом временной соотнесенности («а в это время»).

При создании коммерческого контента важную роль уделяют заголовку: для достижения эффекта (частотности просмотров, мотивации к совершению действия) необходимо добиться лаконичности, эмоциональности, информативности контента. В этом отношении употребление глаголов придает динамичности сообщаемой информации. К примеру, название поста «Образовательные курсы — ваш путь к личностному росту», воспринимается не как призыв к действию, а как рекламный шаблон. Использование глагольных форм «Образовательные курсы: время добиваться успеха!» также не соответствует цели привлечь потенциальных слушателей, поскольку содержит шаблонное выражение «добиваться успеха».

При этом в деле расширения коммуникативной сферы организациям следует использовать в интернет-текстах неологизмы, оригинальные нестандартные лексические конструкции, что обеспечит языковое разнообразие и эмоциональность восприятия [2].

Структурирование рекламной информативной статьи (отдельные части с подзаголовками) обеспечивает особую концентрацию внимания на размещенной информации.

Создание коммерческих статей, постов в виртуальном пространстве требует ориентированности на конкретную пользовательскую аудиторию, следует учитывать специфику их размещения в интернете, требования поисковых систем и правила оформления продающих текстов. По данным социологического опроса, пользователи предпочитают информативные материалы, оформленные в лаконичном стиле, также важна психологическая составляющая, поскольку материалы должны быть ориентированы на пользователей [3].

В этой связи автором выявляется особая роль неологизмов в процессе языковой трансформации под воздействием меняющейся объективной социокультурной, политико-экономической и миграционно-демографической реальности, анализируются научные направления, целью которых является исследование языковых особенностей контента, размещаемого образовательными учреждениями любого формата.

На просторах интернета немало контента, который оформлен не только не по правилам, но даже с орфографическими ошибками. Такие тексты не могут привлечь внимание потребителей, а значит, цели и задачи маркетинга компании не выполняются. Детальная проработка материалов позволит увеличить количество просмотров предложений организации в виртуальном пространстве, расширить клиентскую

базу, увеличить доходность предприятия.

Текстовый контент представляет собой канал связи учреждения, организующего интернет-представительство в Сети с интернет-пользователями. Посредством информации, размещаемой в социальных сетях, на тематических площадках и официальных сайтах коммерческих структур организация может информировать интернет-пользователей о новых предложениях, отвечать на вопросы, презентовать образовательные услуги. Такой формат общения, по мнению экспертов, считается наиболее эффективным, поскольку в наше время потребители в подавляющем большинстве используют интернет-ресурсы для поиска сведений об интересующих объектах.

На современном этапе важно проследить за тенденциями изменений семантических особенностей неологизмов, обслуживающих сферу отечественного образования. В этом отношении аналитики во главу угла ставят историю образования лексем в их семантической трансформации. Так, в начале XX в. в отечественной образовательной среде стали активно использоваться понятия типа «тьютор», «онлайн-курс», «вебинар», «кейс», «коучинг» и др.

За последние десятилетия было проведено множество исследований, целью которых было установление специфики структурирования текстового интернет-контента (это важно в деле обеспечения эффективности его восприятия в разных коммуникативных средах). Специалисты в области языка указывают на особую роль неологизмов в процессе языковой трансформации под воздействием меняющейся объективной социокультурной, политико-экономической и миграционно-демографической реальности.

В современном обществе предприятиями делается акцент на расширении коммуникативной деятельности во многом за счет языковых средств коммуникации, что составляет предмет научной аналитики.

Интернет-контент формируется под воздействием социокультурных, экономических факторов, служит важным организационно-коммуникативным средством. Неологизмы формируют смысловое, языковое поле, которое служит основой для коммуникации представителей образовательных интернет-сред.

Вопросы исследования продиктованы необходимостью изучить способы образования неологизмов с учетом развития рекламной сферы, интернет-пространства (при использовании новых форм и методов). Задачами исследования признаются анализ основных методов образования неологизмов в образовательной интернет-среде, особенности их внутритекстовой организации. Актуальность изучения данных аспектов продиктована необходимостью аналитики особенностей функционирования новых словесных единиц данной тематической группы. Это важно в деле развития системы современного отечественного образования, образовательного процесса

за счет расширения функциональных коммуникативных инструментов.

Изучение семантических и словообразовательных особенностей неологизмов тематической группы «образование» конца XX — начала XXI вв. в современном русском языке позволяет проанализировать способы образования неологизмов данной группы, специфику сочетаемости новых единиц в едином контент-образовании, выявить деривационные возможности новых слов (словообразовательные цепочки, парадигмы и т.д.).

В современной неологии не представлен общий подход к определению понятия «неологизм». В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахмановой дается следующее определение термина «неологизм»: «...слово или оборот, созданные (возникшие) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия» [4]. В этой связи важно учитывать позиции аналитиков в этой области, на протяжении многих лет занимавшихся проблемами бытования неологизмов в русском языке новейшего периода. С этой точки зрения важно выделить подходы:

- лексикологический (Е. В. Сенько, О. В. Загоровская и др.),
- словообразовательный (В. В. Лопатин, Е. А. Земская и др.),
- стилистический (Т. Г. Винокур),
- лексикографический (Н. З. Котелова),
- лингвокультурологический (Г. М. Васильева и др.) [5].

В связи с этим важно учитывать актуализированные лексемы в образовательной деятельности («тьютор», «репетитор» и проч.), а также понятия, предметы учебного процесса («онлайн-курсы», «дистанционное образование», «вебинар» и др.).

К особой группе относят лексемы, дающие представление о технологиях конкретного типа обучения (к примеру, «вебинар», «веб-квест», «кейс-стади», «электронный учебник» и др.

Привнесение неологизмов тематической группы «образование» в образовательную среду во многом было предопределено тенденциями развития сферы массового открытого социального обучения, новых образовательных технологий, расширением спектра инновационных видов обучения и образовательного контента (комплекса мультимедиа). Следует отметить расширение спектра неологизмов в области электронного, дистанционного, проблемного обучения (к примеру, «коворкинг», аббревиатура STEAM (science, technology, engineering, math) и проч.) [6].

При проведении исследований учитываются коммуникативные среды, в которых реализуется информационное сообщение. Для достижения максимального информационного и визуального эффекта необходимо учитывать специфику интернет-посетителей образовательных сайтов, тематический

характер размещаемых сообщений, принципы формирования контента для медиаресурсов в рамках определенной системы. Это:

- краткость мыслеформ;
- четкость и логичность подачи сведений;
- использование соответствующих комментариев при наличии терминов, непонятных слов и выражений;
- предпочтительность глагольных форм при условии, если основной акцент в сообщении сделан на призыве к действию.

Это важно не только для образовательных организаций коммерческого профиля (к примеру, важно акцентировать внимание интернет-пользователей на покупке, заказе услуг), но и для государственных учреждений, делающих ставку на популяризацию их деятельности.

Усложнение коммуникационных схем в современном обществе приводит к расширению возможностей в сфере создания рекламного контента. Данный вид коммуникативной деятельности представляет собой предмет научной аналитики. Он формируется под воздействием социокультурных, экономических факторов, служит важным средством организации коммерческой деятельности образовательных учреждений [7; 5].

Представленные языковые элементы отражают адаптационные языковые процессы к расширению смысловой лексической емкости. Информация генерируется общественными структурами с целью определенного воздействия на модель поведения потребителей. Процесс создания рекламы требует тщательной работы специалистов в области филологии, психологии, поскольку важно не только грамотно с точки зрения норм русского языка назвать продукт и продемонстрировать его уникальные характеристики, но и побудить интернет-пользователей начать сотрудничество с учреждением. Грамотное использование языковых структур позволяет специалистам создавать рекламные, информативные тексты, которые эффективно применяются в образовательной среде [8; 9].

Особое внимание специалисты уделяют принципам построения рекламного сообщения, поскольку важно создать слоган (словосочетание, призыв), который отразил бы в массовом сознании ассоциацию с брендом. При этом важно грамотно применять на практике современные приемы конструирования рекламных слоганов. В этом отношении целесообразно использовать в тексте неологизмы, поскольку такой тип лексики обеспечивает текстовое формирование нового смыслового формата высказывания и образных языковых реалий.

Конструирование неологизмов — сложный процесс, для организации которого требуются словотворческие навыки, опыт психологической аналитики. Специалисты указывают на несколько наиболее

распространенных словообразовательных моделей, позволяющих создать эффективный рекламный, информативный образовательный контент [10].

Использование конкретных существительных позволяет создать определенное поле для коммуникаций пользователей. Абстрактные существительные применяются, к примеру, при создании текстов с философским или социальным подтекстом.

Изучение новых словоформ позволит повысить пользовательский успех предприятий различного типа деятельности, обеспечит высокий уровень корпоративной и пользовательской языковой культуры. Основные тенденции развития языка в этой области может стать предметом дальнейшего изучения ученых-лингвистов, студентов филологических факультетов.

Экспрессивность рекламного сообщения во многом достигается за счет применения семантической модели конструирования неологизмов. В этом отношении слово приобретает новое значение, что является предметом дискуссий лингвистов. Эти и иные аспекты актуализируются в наши дни, поскольку важно проследить за процессом создания новых словоформ в постоянно меняющейся пользовательской реальности. В частности, речь идет о специфике исследования новых конструктивных лексических форм в виртуальной среде с учетом процессов:

- появления новых трансформационных смыслов;
- совмещения старого и нового значения в семантическом ядре, которые используются в различных ситуациях коммуникации.

Таким образом, исследование методов создания новых языковых элементов, используемых в образовательной сфере, позволяет специалистам создавать эффективные рекламные и информативные тексты, которые способствуют повышению уровня интереса интернет-пользователей к профессиональной деятельности образовательной организации, создают условия для расширения спектра ее интернет-присутствия.

Пензенский государственный университет

Кучигина С. К., кандидат филологических наук, доцент кафедры информационного обеспечения управления и производства

E-mail: ku4igina2014@tandex.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Распопова С. Автор как реальный человек и образ автор в медиатексте / С. Распопова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4. — № 2. — С. 149–158.
2. Комова М. В. Типология авторов сообщений в средах массовой коммуникации / М. В. Комова // Мировые стандарты современной журналистики: сборник научных трудов. — Черкассы, 2010. — С. 359–362.
3. Золяк В. В. Функциональные характеристики контентной конвергенции средств массовой коммуникации: автореф. дис. ... канд. наук по спец-ти «соц. коммуникации» / В. В. Золяк. — Киев, 2009.
4. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. — М., 2007.
5. Васильева Г. М. Лингвокультурологические аспекты русской неологии: автореф. дис. ... д-ра филол. н. / Г. М. Васильева. — СПб., 2001. — 38 с.
6. Вапаева А. Н. О некоторых новых словах в сфере образования / А. Н. Вапаева // Молодой ученый. — 2022. — № 19 (414). — С. 480–482. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/414/91276/> (дата обращения: 19.07.2023).
7. Гагаулина А. Г. Неологизмы тематической группы «образование» в современном русском языке / А. Г. Гагаулина, Р. Р. Залялова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов, 2019. — Т. 12. — Выпуск 6. — С. 303–307.
8. Загоровская О. В. Лексические инновации в русском языке новейшего периода / О. В. Загоровская // Актуальные проблемы изучения и преподавания русского языка на рубеже XX–XXI вв. — Воронеж, 2001. — С. 10–12.
9. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). — М.: Языки русской культуры, 1996. — С. 90–141.
10. Зирка Н. А. Роль неологизмов в рекламных текстах / Н. А. Зирка, Н. А. Хабарова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». — 2013. — № 1. — Т. 26 (65). — С. 368–372.

Penza State University

Kuchigina S. K., Candidate of Philology, Associate Professor of the Information Support of Management and Production Department

E-mail: ku4igina2014@tandex.ru

ЛЕКСЕМА «ПАТРИОТИЗМ» И ЕЕ ДЕРИВАТЫ В МЕДИАТЕКСТАХ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ СРЕЗ¹

О. И. Лепилкина, О. А. Ганжара

Северо-Кавказский федеральный университет

Поступила в редакцию 20 октября 2023 г.

Аннотация: в статье представлены результаты исследования частоты использования лексики «патриотизм» и ее дериватов в региональных СМИ и на сайтах органов власти, политических партий, образовательных учреждений, учреждений культуры семи субъектов РФ, входящих в Северо-Кавказский федеральный округ, в период с апреля по июнь 2023 года.

Ключевые слова: патриотизм, региональные СМИ, Северо-Кавказский федеральный округ, медиа, медианпространство региона.

Abstract: the article presents the results of a study of the frequency of functioning of the lexeme «patriotism» in media texts and on the websites of authorities, political parties, educational institutions, cultural institutions of seven constituent entities of the Russian Federation included in the North Caucasus Federal District, in the period from April to June 2023.

Keywords: patriotism, regional media, North Caucasus Federal District, media, regional media space

ВВЕДЕНИЕ

Исследовательский интерес к патриотизму в журналистике сохраняется и в отечественной, и в зарубежной медиаведческой науке и получает воплощение в разных теориях и концепциях, с использованием разных подходов, что связано в том числе с пониманием, что и сегодня «СМИ выполняют важную роль медиатора общественных процессов» [1, 91]. Ученые разных стран изучают роль журналистики в развитии патриотических настроений в обществе [2–4].

Актуальность темы напрямую связана с представлением о «популярной сегодня в массмедиа технологии манипуляции по принципу “разделяй и властвуй”», когда «навязываемый моральный плюрализм уничтожает стержневую компоненту духовности, и как следствие — появившиеся атомизированные личности, лишённые чувства патриотизма, становятся легкой добычей в системе политического управления извне» [5, 220]. Констатируется, что среди сотрудников редакций «нередки случаи <...> прямого отказа от принципов патриотизма, демократизма и даже гуманизма» [6, 158].

Именно эта позиция, на наш взгляд, обуславливает повышенное внимание к контенту конкретных СМИ или типов СМИ. Так, рассматривая специфику названного концепта, который, по мысли исследователей,

«относится к сфере культурно и этнически значимых когнитивных феноменов, обладает чрезвычайно разветвленной и подвижной периферийной концептуальной зоной, не всегда отчетливо вербализованной» [7, 44], ученые обращаются к анализу сетевых СМИ [8], общенациональной прессы [9–10], телевизионных проектов [11], региональных СМИ [12] и т.д.

Анализ современной медийной практики приводит российских исследователей к противоположным выводам: «В противовес традиционному словарному пониманию в сегодняшнем официальном языке СМИ “патриотизм” — явление негативное» [13, 146]; «в результате изучения и оценки выявленных в исследуемых газетах упоминаний на патриотическую тематику мы обнаружили, что наиболее востребованным оказался психологически-народный аспект, с ним связано наибольшее количество упоминаний с позитивной оценкой» [10, 210]. Авторы масштабного исследования «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.» отмечали, что 77 % опрошенных ими редакторов и журналистов видели среди наиболее важных задач «содействие развитию у горожан чувства малой родины, причастности к жизни города, патриотизма» [14, 10] и что «именно журналисты местной прессы как самой близкой аудитории и ею читаемой озабочены тем, чтобы пропагандировать позитивные ценности, содействовать морально-этическому воспитанию аудитории» [14, 12]. Актуализировалась научная разработка вопроса о стратегиях работы со СМИ для трансляции патриотической повестки [15].

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Наше исследование было нацелено на выявление частоты использования лексики «патриотизм» или

¹ Статья выполнена в рамках Программы научных исследований, связанных с изучением этнокультурного многообразия российского общества и направленных на укрепление общероссийской идентичности 2023–2025 гг. (руководитель академик РАН В. А. Тишков). Проект «Патриотизм как интегрирующая ценность полиэтнического российского общества» (FSRN-2023–0025).

ее дериватов в региональных СМИ и на сайтах органов власти, политических партий, образовательных учреждений, учреждений культуры Республики Дагестан, Республики Ингушетия, Кабардино-Балкарской Республики, Карачаево-Черкесской Республики, Чеченской республики, Ставропольского края, т.е. анализу были подвергнуты медиа семи субъектов РФ, входящих в Северо-Кавказский федеральный округ, не являющихся, по данным исследователей, в масштабах страны образцовыми в аспекте цифровизации [16], что имеет важное значение с точки зрения возможностей получения информации аудиторией и установления эффективной коммуникации между властью и обществом. Интерес к медиа Северного Кавказа вызван также тем, что эксперты, оценивая влияние средств массовой информации на этнополитическую ситуацию в регионе, «обращают внимание на разнонаправленные векторы этого воздействия, подчеркивая, что телевидение помогает снижению этнополитической напряженности в регионе, а Интернет-ресурсы способствуют ее эскалации» [17, 115].

Хронологические рамки исследования были установлены в три месяца (с 1 апреля по 30 июня 2023 года), чтобы включить май как время подготовки и проведения самого важного в стране патри-

отического праздника, а также предшествующий и последующий месяцы. Медиатексты, использовавшие лексему «патриотизм» или ее дериваты, были выявлены с помощью базы данных СМИ и системы контекстного поиска информационно-аналитической системы «Медиалогия». Отметим, что система фиксирует отдельно показатели печатных изданий и их сайтов.

Массив выявленных текстов был разделен нами по субъектам СКФО, а затем по СМИ и нежурналистским ресурсам, в каждом сегменте были определены лидеры (для СМИ — с количеством публикаций не менее 10, для остальных — не менее 4) и давалась их характеристика, отдельно устанавливалась частота обращения партийных ресурсов в каждом регионе к идее патриотизма.

В качестве ведущих использовались сравнительно-сопоставительный и аналитический методы, а также описательный и метод классификации.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Массив выявленных материалов составил 3832 наименования, то есть в среднем в месяц региональные медиа в СКФО выпускали 1277 текста, где так или иначе говорили о патриотизме (см. таблицу 1).

Т а б л и ц а 1

Количество публикаций с использованием лексемы «патриотизм» или ее дериватов в медиа субъектов СКФО за апрель — июнь 2023 г.

Регион	Всего количество	Апрель	Май	Июнь	В среднем в месяц
Республика Дагестан	1355	571	462	322	452
Ставропольский край	742	199	302	241	247
Кабардино-Балкарская Республика	402	117	143	142	134
Чеченская Республика	397	105	215	77	132
Карачаево-Черкесская Республика	371	56	177	138	124
Республика Северная Осетия — Алания	347	122	114	111	116
Республика Ингушетия	218	51	107	60	73
Всего по СКФО	3832	1221	1520	1091	1277

Примерно одна треть (35,4%) от всех публикаций с лексемой «патриотизм» или ее дериватов пришлось на медиаресурсы Республики Дагестан, примерно пятая часть (19,4%) — на ставропольские. Медиатексты остальных республик СКФО составили менее половины от общего массива выявленных материалов, при этом наименьшая доля пришлось на Республику Ингушетия (5,7%). Такие показатели связаны прежде всего со спецификой медиаландшафта в регионе.

Анализ помесечного распределения публикаций ожидаемо выделил наибольшее их число в мае, что связано в первую очередь с таким значимым информационным поводом, как празднование Дня Победы. Тем не менее искомая лексема фигурировала и в другие месяцы с достаточно высокой степенью частотности.

В дагестанских медиа, совокупно активнее всех использующих лексему «патриотизм» или ее дериваты,

лидировал агрегатор региональных новостей «БезФормата Махачкала» (*mahachkala.bezformata.com*), где вышел 361 подобный материал. Далее по степени упоминаний патриотизма следуют сетевые издания, учрежденные редакциями республиканских газет: «Дагестанская правда» (*dagpravda.ru*), г. Махачкала — 73 публикации, «Лезги Газет» (*lezgigazet.ru*), г. Махачкала — 69, «Рутульские новости» (*rutnov.ru*), с. Рутул — 47, «Ватан» (*gazetavatan.ru*), г. Дербент — 46, «Голос степи» (*golosstepi.ru*), с. Терекли-Мектеб — 45, «Вести Агула» (*vestiagula.ru*), г. Махачкала — 45. Завершает группу лидеров РИА Дагестан (*riadagestan.ru*) с 40 текстами. Однако и в других дагестанских СМИ эта терминология присутствует достаточно часто.

Следует отметить активность в изучаемом нами аспекте Министерства по национальной политике Ре-

спублики Дагестан (на сайте minnacrd.ru было размещено 20 материалов с использованием данной лексемы или ее дериватов). Неоднократно фигурировал патриотизм и в текстах, размещенных в изучаемый период на официальных сайтах Правительства Республики Дагестан (e-dag.ru), Президента Республики Дагестан (glava.e-dag.ru), Гумбетовского района (mo-gumbet.ru), МО г. Кизилюрт (mo-kizilurt.ru), администрации МО г. Кизляр (mo-kizlyar.ru), МО Новолакский район (mo-novolak.ru), УФСИН России по Республике Дагестан (05.fsin.gov.ru), реже — на сайтах других официальных структур. Из ресурсов образовательных учреждений выделился сайт Дагестанского государственного технического университета с 7 публикациями. На сайтах региональных отделений общероссийских политических партий «Единая Россия», ЛДПР, «Справедливая Россия» эта терминология практически не встречалась (общее количество текстов — 7).

Среди ставропольских СМИ лидером по использованию понятия «патриотизм» тоже является агрегатор региональных новостей «БезФормата Ставрополь» (stavropol.bezformata.com) с 144 публикациями, хотя этот показатель почти в два раза ниже дагестанского. Остальные СМИ несопоставимы с дагестанскими по количеству обращений к изучаемой лексеме, поскольку значительно реже вводили ее в материалы, хотя в своем регионе вошли в число наиболее активных: сетевое издание «Вечерний Ставрополь» (vechorka.ru) — 31 публикация, филиал «Независимого информационного агентства» НИА Кавказ (nia-kavkaz.ru) — 31, сетевое издание «ИнфоСтавр» (infostavr.ru) — 22, информационное агентство «Победа 26» — 20, сетевое издание «МК-Кавказ» (kavkaz.mk.ru) — 17, информационный портал *Stav-geo* — 15, сайт газеты «Ставропольская правда» (stpravda.ru) — 13.

По официальным сайтам разрыв между ставропольскими и дагестанскими в использовании изучаемых слов значительно меньше. Чаще всего в анализируемый период к ним обращались на сайтах полномочного представителя Президента России в СКФО (skfo.gov.ru), министерства культуры Ставропольского края (mincultrsk.ru), администраций Благодарненского городского округа (abgosk.ru), городского округа Пятигорска (pyatigorsk.org), ГУ МВД России по Ставропольскому краю (26.мвд.рф).

Значимые в медийном пространстве Ставрополя религиозные интернет-ресурсы портал мусульман Кавказа (dumsk.com) и сайт Ставропольской митрополии (stavropol-eparhia.ru) тоже включали в информационное наполнение своих медиа идею патриотизма.

На одном уровне с Дагестаном ее продвижение на ставропольских партийных сайтах («Единая Россия» и ЛДПР — 9 текстов).

Третье место по общему количеству обращений к лексеме «патриотизм» и ее дериватам медиа Кабардино-Балкарии получили прежде всего за счет агрегатора региональных новостей «БезФормата

Нальчик» (nalchik.bezformata.com) с 132 публикациями (32,8% от общего массива выявленных материалов). В TOP-8 вошли помимо сетевых ресурсов три печатных издания, что отличает медиaprостранство КБР от других регионов. Среди первых — «Новости Нальчика» (31 материал), РИА «Кабардино-Балкария» (26), сетевые издания «Электронная газета «Кабардино-Балкария»» (21) и «Электронная газета «Кабардино-Балкарская правда»» (16), портал СМИ КБР (12). Пресса была представлена газетами «Кабардино-Балкарская правда» (21), «Горянка» (10) и «Советская молодежь» (10).

Список медиа официальных структур, обращавшихся к словам «патриотизм», «патриотический» и т.д., возглавляет сайт Главы Кабардино-Балкарской республики Ю. А. Кокова (glava.kbr.ru). Далее следуют сайты МВД по Кабардино-Балкарской Республике (07.мвд.рф), контрольно-счетной палаты КБР (kspkbr.ru) и администрации Адыге-Хабльского МР (a-hmr.ru) — тоже достаточно редкий для нашего исследования список.

Ресурсы республиканских отделений партий «Единая Россия» и КПРФ в совокупности лидируют по анализируемому показателю в своем сегменте информационного пространства СКФО (совокупно 13 текстов).

Использование лексемы «патриотизм» или ее дериватов в медиа Чеченской Республики имеет свои особенности. Основу массива выявленных текстов составляют 115 материалов сетевого издания «Вести Чеченской Республики» (vesti095.ru). Агрегатор региональных новостей «БезФормата», лидирующий практически во всех субъектах СКФО, в данном регионе демонстрирует значительное отставание (54 текста). Большая доля публикаций размещалась на новостных ресурсах — «Лента новостей Чечни» (grozny-news.net) (28), ИА «Чечня Инфо» (chechnyainfo.com) (20), ИА «Чеченинфо» (checheninfo.ru) (15). Относительно высокая активность в изучаемом нами плане зафиксирована на сайте телекомпании (ЧГТРК «Грозный» — 14 материалов) и — только в этом регионе — на сайтах районных газет («Ламан аз» и «Халкъан дош» — по 13), что позволило им войти в группу лидеров в республике.

Среди медиа официальных структур высокие позиции у сайта Президента и Правительства Чеченской Республики (chechnya.gov.ru). Эксклюзивным среди ресурсов образовательных учреждений в масштабе СКФО является школьный сайт МБОУ Гимназия № 1 им. А. Кадырова (gimnasium1ak.educhr.ru), который в анализируемый период в семи публикациях использовал в разных вариациях слово «патриотизм». Из партийных веб-сайтов в нашем списке оказался только chechen.er.ru («Единая Россия. Чеченская республика») с 2 текстами, что, безусловно, является невысоким показателем.

Появление лексемы «патриотизм» или ее дериватов в медиапространстве Карачаево-Черкесии отражает общую тенденцию: чаще всего они выявлены в публикациях агрегатора региональных новостей «БезФормата Черкесск» (*cherkesk.bezformata.com*) (105 текстов) и на новостных ресурсах — РИА Карачаево-Черкесия (*riakchr.ru*) (31), «Ленте новостей Черкеска» (*cherkessk-news.net*) (30), «INFOЭльбрус» (*infoelbrus.ru*) (16), CHERKESSK.SU (13), «Черкесск» (*livecherkessk.ru*) (13), НИА «Карачаево-Черкесия» (*kchr.nia-kavkaz.ru*) (11). Отличает список СМИ-лидеров по КЧР наличие на достаточно высокой (четвертой) позиции печатного средства массовой информации — газеты «День республики» с 18 материалами.

Среди официальных ресурсов по количеству упоминаний патриотизма главенствуют сайт главы и Правительства Карачаево-Черкесской республики (*kchr.ru*) (14 текстов), а также сайты республиканского министерства образования и науки (12), Управления Федеральной службы судебных приставов по Карачаево-Черкесской Республике (9), администрации Усть-Джегутинского муниципального района (6), Адыге-Хабльского МР (5).

В сегменте партийных медиа КЧР зафиксировано использование слова «патриотизм» в разных вариантах только на веб-сайте республиканского отделения КПРФ (*kprf-kchr.ru*) в 6 публикациях.

Северо-осетинские СМИ в нашем списке расположились следующим образом: «Новости Владикавказа» (*vladikavkaz-news.net*) — 44 материала, «БезФормата Владикавказа» (*vladikavkaz.bezformata.com*) — 40 текстов, «Моя округа.РФ. Республика Северная Осетия — Алания» (*moyaokrug.ru/sevozetia*) — 34, сайт республиканской газеты «Северная Осетия» (*sevozetia.ru*) — 33, газета «Северная Осетия» — 31, сайт филиала ВГТРК ГТРК «Алания» — 12, сайт газеты «Владикавказ» (*vladgazeta.online*) — 11. В остальных СМИ было менее 10 упоминаний патриотизма.

Среди официальных ресурсов наибольшую активность в изучаемом нами аспекте проявили сайты Общественной палаты РСО-Алания и МВД по Республике Северная Осетия — Алания (по 9 текстов), республиканских министерства культуры (5 публикаций) и министерства образования и науки (4).

Партийные медиа *osset-alania.er.ru* (сайт регионального отделения «Единой России») и *rso-kprf.ru* (сайт регионального отделения КПРФ) обратились к идее патриотизма по одному разу за три анализируемых месяца.

Из средств массовой информации Республики Ингушетия в число лидеров по использованию лексемы «патриотизм» или ее дериватов вошли всего четыре: агрегатор региональных новостей «БезФормата Магас» (*magas.bezformata.com*) с 79 материалами, интернет-газета «Ингушетия / ГалгIайче» (*gazetaingush.ru*) — с 29 текстами, портал «Новости Ингушетии» (*ingushetiya-news.net*) с 26 и газета «Ингушетия» с 13

публикациями. Среди нежурналистских ресурсов высокие показатели у официального сайта Республики Ингушетия (*ingushetia.ru*) (8 текстов). Из партийных медиа только *ingush.er.ru* (сайт регионального отделения «Единой России») использовал лексему «патриотизм», причем всего в трех случаях.

ВЫВОДЫ

Выявленные с помощью информационно-аналитической системы «Медialogия» в медиапространстве Северо-Кавказского федерального округа публикации с лексемой «патриотизм» и ее дериватами за апрель — июнь 2023 года были размещены в основном в средствах массовой информации, причем преимущественно на новостных ресурсах, что можно объяснить включением в информационную повестку таких событий, как патриотические акции, праздники, митинги и т.д. В то же время, судя по медиатекстам, лексема «патриотизм» или ее дериваты оказались востребованными редакциями не во всех субъектах СКФО в равной степени. Если в Дагестане Топ-8 замыкало СМИ с 40 текстами, то в КБР — издания с 10 материалами. В Северной Осетии — Алании группа лидеров с количественным показателем не менее 10 материалов состояла всего из 7 СМИ, в Ингушетии — вообще из 4.

Кроме агрегатора региональных новостей «БезФормата», на долю которого пришлось почти четверть материалов из общего массива публикаций (915 из 3832), высокий уровень использования искомой лексемы или ее дериватов показал ряд СМИ, зарегистрированных как сетевые издания, — «Вести Чеченской Республики», «Дагестанская правда», «Лезги Газет» и др. Среди новостных порталов лучшие показатели в этом плане были у ресурсов «Новости Владикавказа», «Новости Нальчика», «Новости Черкеска». Среди информационных агентств чаще всего упоминали патриотизм РИА Дагестан и РИА Карачаево-Черкесия. Сайты печатных изданий тоже попали в выборку, хотя число их публикаций в основном было невелико: максимум (33 материала) на сайте республиканской газеты «Северная Осетия». В число лидеров по числу упоминаний патриотизма, хотя и со значительным отставанием, вошли также два сайта районных газет Чеченской республики («Ламан аз» и «Халкъан дош»), и сайт газеты «Ставропольская правда». Список газет, использовавших искомую лексему, возглавила «Северная Осетия» с 31 публикацией, затем по убывающей шли «Кабардино-Балкарская правда», «День республики» (КЧР) и другие.

Неоднократно использовалось понятие патриотизма на официальных сайтах глав, президентов, правительств республик, региональных министерств и ведомств, что коррелирует с выводами политологов о том, что в СКФО «в качестве задач в области патриотического воспитания выделена необходимость развития в северокавказском обществе принципов интернационализма и патриотизма» [18, 43]. Наибо-

лее активным в изучаемом нами аспекте из нежурналистских ресурсов был сайт Министерства по национальной политике Республики Дагестан.

Удивительным оказался факт, что медиа региональных отделений политических партий, изначально, на наш взгляд, нацеленных на гражданско-патриотическую повестку, показали незначительное использование лексемы «патриотизм» или ее дериватов. Более половины выявленных текстов были размещены на сайтах региональных отделений партии «Единая Россия», почти одна треть — на сайтах республиканских отделений КПРФ в КЧР и КБР, изредка — в материалах региональных отделений ЛДПР и «Справедливой России».

ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова Е. Л. От цифрового к эпистемиологическому неравенству: актуальные вызовы конфликтогенной медиасреды / Е. Л. Вартанова, А. А. Гладкова // Информационное общество. — 2022. — № 5. — С. 91–98.
2. Abdolian L. F. The USA Patriot Act: Civil Liberties, the Media, and Public Opinion / L. F. Abdolian, H. Takooshian // Fordham Urban Law Journal. — 2003. — Vol. 30, No. 4. — Pp. 1429–1453.
3. Rababa M. A. The role of media in promoting patriotism values strategic vision proposed / M. A. Rababa, A. A. B. Issa, I. Alkhaldi // Dirasat Human and Social Sciences. — 2018. — Vol. 45, No. 3. — Pp. 181–209.
4. Waisbord S. Journalism, risk, and patriotism / S. Waisbord // Journalism after September 11 / ed. by Barbie Zelizer a. Stuart Allan. — London; New York, 2002. — Pp. 201–219.
5. Гришанина А. Н. Фактор духовности в профессиональной идеологии современного журналиста: к вопросу о культурной памяти / А. Н. Гришанина, И. В. Ерофеева // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 2. — С. 216–231.
6. Шумилина Т. В. Конфликт принципов журналистики / Т. В. Шумилина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2011. — № 1. — С. 155–167.
7. Малышева Е. Г. Лингвокультурная идея «патриотизм» сквозь призму русского спортивного дискурса / Е. Г. Малышева // Политическая лингвистика. — 2015. — № 4 (54). — С. 40–45.
8. Мансурова В. Д. Патриотический дискурс в сетевом пространстве СМИ / В. Д. Мансурова // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2017. — № 46. — С. 188–201.
9. Maniou Th. A. Mediating Patriotism and Triumph through the National Press: Newspaper Content and Journalistic Perceptions / T. A. Maniou, I. Photiou, E. Kettani // International Journal of Social Science Studies. — 2016. — Vol. 4, No. 6. — Pp. 65–75.
10. Князева М. Л. Аспекты патриотизма и их воплощение в отечественных СМИ (на примере публикаций в изданиях «Аргументы и факты», «Независимая газета», «Комсомольская правда») / М. Л. Князева, С. В. Титова, Е. В. Зеленина // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2016. — Т. 2, № 4. — С. 204–211.
11. Шашкова Е. В. Отечественный военно-патриотический телевизионный дискурс: проблемно-тематическое своеобразие (на примере телевизионного проекта «Полигон») / Е. В. Шашкова // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2021. — № 4(37). — С. 362–366.
12. Ребрина, Л. Н. Дискурсивное конструирование локального патриотизма прошлого в региональных СМИ: коммеморация / Л. Н. Ребрина, С. А. Чубай // Международный научно-исследовательский журнал. — 2019. — № 4–2 (82). — С. 47–51.
13. Анненкова, И. В. Стратегия секуляризации в современном медиадискурсе / И. В. Анненкова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2010. — № 5. — С. 135–149.
14. Свитич, Л. Г. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, А. А. Ширяева, М. В. Шкондин // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2014. — № 5. — С. 3–25.
15. Ершов, Ю. М. Патриотический дискурс в молодежной среде: поиски оптимальной модели коммуникации / Ю. М. Ершов, К. В. Маркелов, Т. В. Черепанова // Меди@льманах. — 2020. — № 5. — С. 74–82.
16. Vartanova, E. Theorizing Russian model of the digital divide / E. Vartanova, A. Gladkova, D. Lapin, E. Samorodova, O. Vikhrova // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. — 2021. — No. 1. — Pp. 5–40.
17. Авксентьев, В. А. Северный Кавказ: нестабильная стабильность / В. А. Авксентьев, Г. Д. Гриценко, О. И. Лепилкина, М. М. Шульга // Наука Юга России. — 2017. — Том 13, № 1. — С. 115–125.
18. Институциональные, исторические и культурные рамки формирования общероссийской идентичности на Северном Кавказе / В. А. Авксентьев, Б. В. Аксюмов, Г. Д. Гриценко и др.; [под ред. В. А. Авксентьева, М. М. Шульги]. — Ростов-на-Дону, 2022.

Северо-Кавказский федеральный университет
Лепилкина О. И., доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики
E-mail: oll5@mail.ru

Ганжара О. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики
E-mail: snark44@yandex.ru

North-Caucasus Federal University
Lepilkina O. I., Doctor of Philology, Professor of the Journalism Department
E-mail: oll5@mail.ru

Ganzhara O. A., Candidate of Philology, Associate Professor of the Journalism Department
E-mail: snark44@yandex.ru

СТАНОВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ: ИНСТИТУТЫ И ДОКУМЕНТЫ

К. В. Марчан

Московский педагогический государственный университет

Поступила в редакцию 21 сентября 2023 г.

Аннотация: статья посвящена становлению и развитию профессиональных стандартов и норм этики в журналистской среде; автор проводит разграничение между терминами «профессиональная этика» и «медиаэтика», описывает исторические предпосылки возникновения профессиональных кодексов и в целом систему организации саморегулирования журналистики на современном этапе.

Ключевые слова: журналистика, профессиональная этика и стандарты, медиа, медиаэтика, журналистские кодексы и организации саморегулирования, медиаобразование, медиаграмотность.

Abstract: the article is devoted to the formation and development of professional standards and norms of ethics in the journalistic environment; the author distinguishes between the terms «professional ethics» and «media ethics», describes the historical prerequisites for the emergence of professional codes and, in general, the system of organization of self-regulation of journalism at the present stage.

Keywords: journalism; professional ethics of a journalist, media, media ethics, mission of journalism, journalistic codes and self-regulation organizations, media education, media literacy.

Сегодня все реже говорят о профессиональной этике журналистов и гораздо чаще обращаются к более обобщенному термину «медиаэтика». Связано это в первую очередь с развитием новых медиа и трансформацией всей системы СМИ, где коренным образом меняются коммуникативные роли: «В современном мире границы информации очень размыты, их практически нет. То же происходит и с распространителями. Если в реалиях традиционных СМИ десять или двадцать лет назад мы наверняка знали, что тот, кто рассказывает новости и отвечает за массовое распространение информации, — это журналист. Все было понятно: есть профессия и есть профессиональные стандарты вроде объективной подачи, работы с источниками, непредвзятости, правдивости и так далее. Но самое главное — было понятно, с кого и за что спрашивать. Сейчас же в роли распространителей может выступать практически любой человек или группа людей в Сети, что вызывает определенные сложности и заметно изменяет медиаэтическое поле» [1].

В таких условиях некоторые исследователи считают, что целесообразнее переходить к более широкому понятию «медиаэтика», и сегодня тенденция употребления данного термина начинает укрепляться в журналистской среде. Однако здесь необходимо затронуть важный нюанс, касающийся размытия границ профессиональной идентичности. Так, обозначая константы профессионализма журналистов применительно к современным условиям, профессор, декан факультета журналистики Воронежского госу-

ниверситета В. В. Тулупов пишет следующее: «Будучи открытой профессией, журналистика призывает в свои ряды тех, у кого есть некая природная predisposition к данной духовно-практической, общественной деятельности; талант к созиданию и творчеству. Но поскольку количество СМИ продолжает расти, численность медиаспециалистов увеличивается, их профессиональный уровень в целом снижается, нередко и размываются миссия, цели, задачи журналистской профессии. Если прежде в прессу шли по призванию, с мечтой послужить обществу, то сегодня нередко ведущим стимулом становится желание самовыразиться, “продать свой талант подороже”, даже независимо от целеустремлений заказчика» [2, 148]. Данной позиции по отношению к предназначению профессии и ее роли в обществе, негативно влияющей на всю сферу медиа, зачастую склонны придерживаться и блогеры, или, как их иногда называют, гражданские журналисты. «Между тем, — продолжает исследователь, — для любой профессии, а для журналистской тем более, важны прежде всего моральные ценности, а затем уже ценности компетенции» [2, 148]. В этой связи стоит обратиться к истокам профессиональной этики журналистов и вспомнить о предпосылках ее появления, так как исторические параллели — наилучший способ обозначить проблемное поле современности.

Развитие профессиональной морали связано с процессом становления любой специализированной деятельности и укрепления ее стандартов, она направлена на конкретизацию общих норм морали в условиях выполнения профессионального долга. При этом категория долга в журналистике звучит

как непреклонное следование истине.

Исторически журналистика складывалась как деятельность, направленная на сбор и распространение социально значимой информации, но во все времена власти предрасположены пытались направить эту деятельность в нужное им русло и использовать ее ресурсы для выполнения идеологических, а значит, пропагандистских функций. Данное обстоятельство стало одним из ключевых факторов для того, чтобы профессиональное сообщество пыталось защититься от вмешательства извне, в том числе и посредством формирования собственных стандартов и норм.

Как отмечал известный исследователь профессиональной этики журналистов и автор первого отечественного кодекса в этой сфере (1991 г.) Д. С. Авраамов, естественно, что профессиональная мораль возникает вместе с оформлением журналистики в профессию. А произошло это, несмотря на прилепившийся к ней ярлык «второй древнейшей» (по едкому выражению Роберта Сильвестра), — по крайней мере в нашем отечестве — немногим более трех веков назад. Специфические нормы профессиональной морали формировались по мере накопления опыта, но сначала должна была оформиться профессиональная общность, в рамках которой будут действовать данные нормы. Первые газеты, еще рукописные, издавали один-два человека, которые были и репортерами, и редакторами, и издателями. Причем подобным образом выпускались газеты как за рубежом, так и у нас. Возьмем в качестве примера опыт выпуска «Ведомостей Московского государства»: «Ведомости» готовились обычно двумя сотрудниками Посольского приказа, а вместе с ними в процессе редактирования участвовал сам Петр I. Массовой профессией журналистика становится вместе с основанием газет и журналов, предназначенных уже для широкой аудитории, когда тиражи достигли десятки и сотни тысяч экземпляров, а это первая четверть XIX в. Тогда же постепенно формируется и редакционный штат, в это время уже принято говорить о журналистском сообществе [3, 35–36].

Рождение профессиональных кодексов связано со стремлением журналистов оградить свою профессию от воздействия как со стороны недобросовестных коллег, порочащих и дискредитирующих все сообщество в целом, так и со стороны влияния внешних сил, пытающихся подчинить деятельность профессионалов политической или экономической воле заинтересованных лиц. Еще одним важным обстоятельством в этом процессе становится критика со стороны общества в адрес журналистов, либо предоставляющих недостоверную информацию, либо бесцеремонно навязывающих свои оценки и мнения аудитории. Именно такое положение дел в период бурного развития газетно-журнальных монополий и расцвета «желтого журнализма» на Западе привело к тому, что возникла объективная необходимость в регламентации деятель-

ности журналистов. Но первыми об этом заговорили сами профессионалы, в частности отрицательные и разрушительные для журналистики явления отмечали известные тогда деятели и, как называли бы их сегодня, медиакритики Элтон Синклер, Уолтер Липманн, Джордж Сельдес и другие. Они, по сути, стали родоначальниками идеи создания системы саморегулирования средств массовой информации.

На рубеже XIX–XX вв. во многих странах мира появляются профессиональные организации журналистов. Начинают формироваться первые журналистские пресс-клубы, в задачи которых входило сплочение сообщества работников прессы, организация их досуга и отдыха; объединения, представляющие собой организации взаимопомощи, или ассоциации, союзы, призванные отстаивать профессиональные права и интересы [4].

Постепенно эти организации расширили свой функционал и стали заниматься не только трудовыми правами журналистов, но и подготовкой профессиональных кадров, исследованиями в области журналистики, разработками основных стандартов профессии и этических норм (например, в США *Международный типографский союз*, основанный в 1891 г., и общество *Сигма Дельта Кай* (1909 г.), в Польше *Краковский синдикат* (1912 г.), во Франции *Национальный синдикат журналистов* (1918 г.) и др.). В 1926 г. появляется *Международная федерация журналистов* (IFJ), а в 1946 году на конгрессе в Копенгагене была создана *Международная организация журналистов* (IOJ) [4]. Названы одни из немногих организаций, которые стояли у истоков и продолжают традиции сохранения высоких стандартов профессии.

Именно в начале XX в. активизируется и процесс создания первых этических документов, регулирующих деятельность журналистов, сначала на уровне отдельных организаций, союзов, ассоциаций, а позже на международном и национальных уровнях. Вот некоторые из них, получившие широкую известность: *Кодекс Ассоциации редакторов Канзаса* (США, 1910 г.), *Хартия долга* (Франция, 1918 г.), *Каноны журнализма Общества газетных редакторов ASNE* (США, 1923 г.), *Международная конвенция об использовании вещания в целях мира* (Лига Наций, 1936 г.), первый кодекс Международной Федерации журналистов (1939 г.).

Наибольшим авторитетом пользуются документы международных организаций: *Декларация принципов поведения журналистов* (IFJ, Бордо 1954 г., внесены изменения в Хельсинки в 1986 г.); *Мюнхенская хартия этики* 1971 года (или *Декларация обязанностей и прав журналистов*), принятая Европейской федерацией журналистов; *Международные принципы профессиональной этики журналистов* (под эгидой ЮНЕСКО, IOJ, Прага, Париж, 1983 г.); *Резолюция Парламентской ассамблеи Совета Европы 1003 «О журналистской этике»* (1993 г.). Одним из последних международных документов, с учетом по-

правок на современность, стала *Глобальная хартия этики журналистов*, принятая на XXX Всемирном конгрессе Международной федерации журналистов (IFJ) в Тунисе 12 июня 2019 г. Она дополняет *Декларацию принципов поведения журналистов* (1954 г.), известную как *Декларация Бордо*.

Процесс формирования системы профессиональных документов в отечественной журналистике был заторможен в связи с революционными событиями начала XX в. С приходом к власти большевистского правительства и затем в советское время вся деятельность СМИ напрямую подчинялась исключительно ведущей партии: «Содержание профессионального долга работников прессы в Уставе Союза журналистов СССР определялось исключительно задачами, которые ставила перед собой КПСС, практически без учета специфики журналистики», — об этом пишет Г. В. Лазутина. Профессиональная этика как учебная дисциплина не изучалась, так как считалась несовместимой с принципом партийности журналистики [5, 72]. Первый в отечественной истории *Кодекс профессиональной этики журналиста* был принят I съездом Союза журналистов СССР на конфедеративной основе 24 апреля 1991 г., его авторы Д. С. Авраамов и М. А. Федотов. Кодекс содержал три главы: принципы профессиональной этики (всего 7 статей); нарушение норм профессиональной этики; возложение ответственности. Впоследствии с распадом СССР он был благополучно забыт и на смену ему в 1994 г. приняли новый национальный *Кодекс профессиональной этики российского журналиста*, который был одобрен конгрессом журналистов России и сегодня является основным документом для всех членов Союза журналистов РФ.

Однако данное положение вещей не означало то, что у советских журналистов не было представления о профессиональном долге и не была сформирована система нравственных норм. Ведь сама природа этического регулирования предполагает добровольное следование нормам вне зависимости от наличия прописанных и зафиксированных правил. Этические договоренности в профессиональной среде могут существовать и в устной форме, на уровне редакционной политики или просто исходя из социальной позиции самого журналиста, когда ключевым стимулом профессионального поведения является понятие ответственности.

Заметим, что об этом писал еще в далеком XVIII в. М. В. Ломоносов: его знаменитые «Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии» часто называют первым этическим кодексом в отечественной истории или, как минимум, его прообразом. Поводом к написанию «Рассуждений» послужила неверная информация о работе Ломоносова, опубликованная в лейпцигском научном журнале. В своем трактате Михаил Васильевич предостерегает журналистов от злоупотребления

свободой суждения; призывает целью творчества ставить строгое следование истине; обращает внимание на то, чтобы журналисты тщательнее изучали предмет, о котором берутся писать; осуждает невнимательность, небрежность, поспешность, дух пристрастия и недобросовестность: «Чтобы быть в состоянии произнести приговор искренний и справедливый, нужно освободить свой ум от всякого предубеждения, всяческой предвзятости» [6, 230–232].

На рубеже XX–XXI вв. в России появляются один за другим документы, регулирующие узкие направления, что характерно для иерархии этических норм профессии: *Декларация Гильдии судебных репортеров «О принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования»* (1997 г.), составленная группой журналистов, постоянно освещающих судебные и досудебные (на стадии следствия и возбуждения дел) процессы, с целью защиты от дилетантских подходов, девальвирующих в глазах общественного мнения профессию судебного репортера; *Хартия телерадиовещателей* (1999 г.), описывающая ответственность за распространение отечественной телерадиопродукции в эфире и *Хартия телерадиовещателей «Против жестокости и насилия»* (2005 г.), призывающая соблюдать права детей на защиту и помощь и, прежде всего, их права на получение информации, не наносящей вред их физическому и нравственному здоровью.

Важной вехой в становлении профессиональной этики стали два документа, описывающие правила поведения СМИ в случаях террористического акта и контртеррористической операции: *Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции* (2001 г.) и *Антитеррористическая конвенция* (2003 г.). А также особого внимания заслуживают *Рекомендации по распространению в СМИ информации о случаях самоубийства* (2016 г.), разработанные Роспотребнадзором, Роскомнадзором, МГУ, Первым Московским государственным медицинским университетом им. И. М. Сеченова, Центром исследования проблем воспитания, формирования здорового образа жизни, профилактики наркомании, социально-педагогической поддержки детей и молодежи и Институтом управления образованием Российской академии образования при участии Союза журналистов России, Союза журналистов Москвы, Профсоюза журналистов, Лиги безопасного Интернета и одобренные Общественным советом при Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Помимо этических кодексов, существуют еще два механизма этического регулирования в сфере медиа, которые, естественно, опираются на разработанные в профессиональной среде стандарты — это советы по прессе и институт ньюз-омбудсмена. Оба эти механизма описывает эксперт отечественной Общественной

коллегии по жалобам на прессу К. А. Назаретян: «Совет по прессе, как правило, представляет собой орган, состоящий из журналистов, владельцев СМИ и представителей общественности, который рассматривает общественные жалобы на СМИ. В разных странах они пользуются разной степенью популярности. Первый в мире совет по прессе был создан в Швеции в 1916 году. <...> Ньюз-омбудсмен — это сотрудник СМИ, который принимает и обрабатывает жалобы от читателей/зрителей/слушателей и разрешает конфликты между ними и СМИ. Как правило, он ведет свою колонку или передачу, где разбирает конфликтные ситуации. Часто он в досудебном порядке рассматривает жалобы, которые могли бы вылиться в судебное разбирательство. Сегодня в мире существует всего несколько десятков СМИ, которые имеют своих ньюз-омбудсменов. Первые ньюз-омбудсмены, по всей видимости, появились в Японии: в 1922 г. газета Asahi Shimbun организовала комитет, принимающий жалобы от читателей» [7].

Подробно деятельность советов по прессе рассматривает исследователь О. И. Мамонтова в своей книге «Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом» [8]. Автор описывает и работу подобных организаций саморегулирования в отечественной практике.

В 1993 г. в России появляется первый подобный орган — Третьейский информационный суд, который функционировал в качестве арбитража для быстрого рассмотрения информационных споров, связанных с первыми выборами в Государственную думу и всероссийским голосованием по проекту Конституции РФ, но просуществовал он недолго — всего 3 месяца. Вслед за ним в 1994 г. в целях содействия в эффективной реализации конституционных полномочий, свобод и законных интересов в сфере массовой информации создается Судебная палата по информационным спорам при президенте РФ — квазисудебный орган саморегулирования, то есть, несмотря на название, палата не была частью судебной системы, но ориентировалась на судебные процедуры, в рамках которой допускались «свидетельские показания» и использование внешних экспертных заключений при рассмотрении конфликтов (действовала до 2000 г.). В 1998 г. на очередном съезде Союза журналистов России было создано Большое жюри, которое рассматривало конфликты в области СМИ, лежащие исключительно в этической плоскости. Летом 2005 г. Большое жюри СЖР было реорганизовано в связи с созданием надкорпоративной организации саморегулирования СМИ — Общественной коллегии

по жалобам на прессу. Саморегулирующие функции были переданы новой институции, а Большое жюри переквалифицировалось в дисциплинарную комиссию Союза журналистов России [9]. Сегодня они существуют параллельно.

В 2015 г. Общественная коллегия по жалобам на прессу создала рабочий документ «Медиаэтический стандарт» (обновлен в 2021 г.), а в 2020 г. впервые ею сформулированы правила для акторов новых медиа «Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу». Институт ньюз-омбудсмена, к сожалению, в России не прижился.

Трансформация современной медиасреды, нравственный нигилизм и многие другие факторы влияют на престиж профессии и обуславливают необходимость выработки новых норм или корректировки существующих.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болдырева А. Медиаэтика или журналистская этика — что более актуально? / А. Болдырева. — Режим доступа: <https://presscouncil.ru/novosti/novosti-kollegii/5998-rochemu-mediaetika-eto-ne-tolko-o-zhurnalistakh-i-smi> (дата обращения: 11.06.2023).
2. Тулупов В. В. Профессионализм журналиста и преподавателя журналистики / В. В. Тулупов // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. — 2023. — № 1. — С. 148–151.
3. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста / Д. С. Авраамов. — М., 1999.
4. История мировой журналистики. — М.-Ростов-на-Дону, 2003. — Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text8/52.htm%D0%B7_01 (дата обращения: 11.06.2023).
5. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста / Г. В. Лазутина. — М., 1999.
6. Ломоносов М. В. Полн. собр. соч. Т. 3 / М. В. Ломоносов. — М. — Л., 1952.
7. Назаретян К. А. Журналистская этика: тенденции развития / К. А. Назаретян // КиберЛенинка. — С. 219–223. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistskaya-etika-tendentsii-razvitiya/viewer> (дата обращения: 11.06.23)
8. Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом / О. И. Мамонтова. — LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.
9. Мамонтова О. И. Организации саморегулирования СМИ в России / О. И. Мамонтова. — Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/knigi-i-stati/1905-organizatsii-samoregulirovaniya-smi-v-rossii> (дата обращения: 11.06.23).

Московский педагогический государственный университет

Марчан К. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

E-mail: kv.marchan@mpgu.su

*Moscow Pedagogical State University;
Marchan X. V., Candidate of Philology, Associate Professor of
the Journalism and Mass Communications Department
E-mail: kv.marchan@mpgu.su*

МОДЕРНИСТСКАЯ ПЕРИОДИКА РЕГИОНОВ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «В МИРЕ ИСКУССТВ» (1907–1910 ГГ.))

Н. Д. Мельник

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Поступила в редакцию 14 октября 2023 г.

Аннотация: на примере издававшегося в Киеве в 1907–1910 гг. модернистского журнала «В мире искусств» автор показывает, как развивались в регионах Российской империи литературно-художественные издания Серебряного века. Анализируя особенности данного журнала, освещавшего, следуя традициям петербургского «Мира искусства», актуальные вопросы художественной жизни региона, а также страны в целом и западноевропейских государств, в статье резюмируется, что он занимал заметное и почетное место среди региональных литературно-художественных изданий Серебряного века модернистской направленности.

Ключевые слова: «В мире искусств», модернизм, эстетическая программа, опыт художественной интеллигенции, вечер нового искусства, художественные выставки.

Abstract: using the example of the modernist magazine «In the World of Arts» published in Kiev in 1907–1910, the author shows how literary and artistic publications of the Silver Age developed in the regions of the Russian Empire. Analyzing the features of this magazine, which, following the traditions of the St. Petersburg «World of Art», covered topical issues of the artistic life of the region, as well as the country as a whole and Western European states, the article summarizes that it occupied a prominent and honorable place among the regional literary and artistic publications of the Silver Age of modernist orientation.

Keywords: the magazine «In the World of Arts», modernism, aesthetic program, the experience of the artistic intelligentsia, evening of new art, art exhibitions.

Характерной особенностью отечественной периодики конца XIX — начала XX вв. является то, что журналы «обычного русского типа», т.е. толстые ежемесячники, в течение многих лет небезосновательно претендовавшие на роль создателей и проводников общественного мнения, со временем стали выделять «из своего состава журналы по интересам» [1, 61], в том числе, освещавшие вопросы искусства. Подобная трансформация части системы периодической печати соответствовала духу времени: «к концу XIX в. сеть журналов страны полнее отражала насущные интересы общества, потребности разных слоев населения, отличалась разнообразием типов изданий, среди которых преобладал тонкий журнал» [2, 514].

Помимо дешевизны в производстве такого типа большеформатного издания в нем было гораздо удобнее, чем в журналах, доминировавших в XIX в., синтезировать текст и иллюстрации. Поэтому важное место в издании периодики Серебряного века, освещавшей вопросы искусства, отводилось художнику, «обогащающему издание, рисующему для него орнаменты и иллюстрации» [3, 267]. В течение уже нескольких лет сложившаяся издательская практика показала, что именно такие издания дают импульс к творческому поиску многих представителей художественной интеллигенции, а также публицистов, ис-

следующих на страницах печати широкий круг тем, связанных с искусством. Однако сложность состояла в том, что само искусство на рубеже веков переживало кризис, проявлявшийся в разных аспектах. «Один из наиболее существенных — острота идейной и эстетической борьбы, резкое углубление противоречий во взглядах на искусство и его назначение, несхожесть эстетических программ» [4, 10].

В это время на арену общественной жизни России вышло поколение молодых интеллектуалов, провозгласивших ценность «нового искусства» — *модернизма*¹. Основой их идеологии был протест против рутины, в значительной степени поразившей мир отечественной живописи. Также они искали новые пути развития литературы и театра. «Эти настроения наиболее полно получили отражение в деятельности С. П. Дягилева (1872–1929), ставшего одной из ключевых фигур, во многом определившей вектор развития отечественной и мировой художественной культуры начала XX века» [5, 7]. Наиболее яркое отражение этого процесса получило на страницах литературно-художественного журнала «Мир

¹ Модернизм — направление, в искусстве, характеризующееся отрицанием предшественников, разрушением устоявшихся представлений, традиционных идей, форм, жанров и поиском новых способов восприятия и отражения действительности.

искусства» (1899–1904), созданного Дягилевым совместно с единомышленниками, вошедшими в историю русского искусства и журналистики как «мирискусники».

С самого начала редактор был уверен, что «искусство в своей основе субъективно и что значение искусства кроется в созвучии взглядов художника и зрителя» [6, 13]. Эта теория была изложена Дягилевым в эссе «Основы художественной оценки», и он никогда не отрекался от нее. Выступая как «революционер», автор отождествлял свое поколение с теми людьми, «которые бесстрашно боролись против принятых в их время взглядов» [7, 60].

Немаловажное значение в том, что первый в нашей стране модернистский журнал-манифест занял выдающееся место в истории русской журналистики, имела его *просветительская миссия*. «В борьбе за новое искусство, — считает В. П. Шестаков, — ...журнал “Мир искусства” выступал против поздних передвижников, превративших искусство в дидактику. В этой борьбе принцип эстетизма... оказался и теоретической основой, и художественной программой русского искусства начала века» [8, 50].

Помимо привлечения к сотрудничеству известных художников, литераторов, музыкантов, творцов театрального искусства, вся деятельность «мирискусников» «сопровождалась проведением имевших громкий успех выставок, большой лекционной... работой, устройством публичных чтений». В итоге их усилия «получили признание на Всемирной выставке в Париже, где они завоевали ряд наград» [9, 99–100].

Неудивительно поэтому, что у коллектива журнала, редактируемого и издаваемого С. П. Дягилевым, были последователи. По верному замечанию С. Масси, «Дягилевский “Мир искусства” вызвал к жизни сходные художественные журналы, отличавшиеся высоким качеством и великолепным полиграфическим оформлением» [10, 478]. Причем, подобные издания стали выходить не только в Санкт-Петербурге и Москве, но и в регионах Российской империи. Один из наиболее заметных — журнал «В мире искусств» (1907–1910), издававшийся в Киеве и публиковавший на своих страницах теоретические статьи и исторические обзоры по вопросам литературы, живописи, музыки, театра, а также текущую хронику художественной жизни.

История этого издания началась 27 января 1907 г., когда его организатор Б. Яновский подал заявление в Канцелярию Главного Управления по делам печати с просьбой о разрешении издавать в Киеве журнал и вскоре получил свидетельство о разрешении этой деятельности, что подтверждает архивный документ:

«№ 218 / 207.

ДЕЛО

II Отделения

Канцелярии Главного Управления по делам печати.

Об издании в Киеве журн. «В мире искусств». Началось 27 января 1907 года.

Решено 28 января 1910 года. 4 л.»

М. В. Д.

Киевский Губернатор

В Главное Управление по делам печати.

по канцелярии. Часть 4. 29 января 1907 г.

№ 366 Г. Киев

Уведомляю Главное Управление по делам, что мною, вместе с сим, выдано проживающему в г. Киеве Композитору Борису Карловичу Яновскому свидетельство за № 366 на издание в г. Киеве журнала, на русском языке, под названием «В мире искусств» по следующей программе:

1. Общие и теоретические статьи по вопросам литературы, театра, музыки и искусств.

2. Киевские театры [критический обзор спектаклей].

3. Литературный отдел [рассказы, этюды, стихи, фельетоны, интервью оригинальные и переводные].

4. Местная художественная хроника.

5. Провинциальная художественная хроника и корреспонденция.

6. Столичный Отдел.

7. Библиография, смесь, справки.

8. Обзор художественной прессы.

9. Письма в редакцию.

10. Рисунки, карикатуры, шаржи в тексте и в особых приложениях.

11. Объявления.

12. Почтовый ящик редакции [вопросы и ответы].

Журнал будет выходить два раза в месяц.

Подписная цена на издание — 5 рублей.

Обязанности ответственного редактора журнала «В мире искусств» г. Яновский принял на себя в полном объеме.

Печататься журнал будет в типографии Р. К. Лубковского в г. Киеве.

При оном присовокупляю, что о выдаче означенного свидетельства мною, одновременно с сим, поставлен в известность Киевский Временный Комитет по делам печати.

Управляющий губернией

Камергер [подпись]

Правитель Канцелярии [подпись]» [11].

Название нового литературно-художественного журнала — «В мире искусств», созданного группой киевлян: представителей художественной интеллигенции во главе с редактором-издателем — композитором и музыкальным критиком Б. К. Яновским (1875–1933), перекликалось с названием петербургского «Мира искусства», прекратившего к этому времени существование. Уже это стало заявкой на дальнейшее развитие эстетической программы предшественников. Их киевские последователи, эти «бойцы» мыслительного фронта, аккумулирующие свои усилия в области культуры», также мечтали

«создать “другое искусство”, такое, какого никогда не было...» [12]. О преемственности нового издания говорило и приглашение к сотрудничеству получивших признание критики и любителей искусства художников-«мирискусников»: С. Яремича, А. Бенуа, Л. Бакста, М. Добужинского и других.

Основная же задача издания: пропаганда «нового искусства», объявляемого его создателями эстетически самоценным и, в то же время, основанного на принципе исторической преемственности, была провозглашена в программной редакционной статье первого номера: «Новое искусство непосредственно вытекает из старого... С одной стороны, нашим любимым детищем будет искусство новое, ибо оно, главным образом, нуждается в поддержке, как молодое; с другой же стороны, мы будем касаться наиболее ярких выразителей искусства прошлого, которое... должно быть внимательно рассмотрено, как основание тех молодых течений, которые в последнее время намечаются в мире искусств» [13, 8].

Журнал включал рубрики: «Литература», «Музыка», «Живопись», «Театр», а также «Хроника» и «Библиография». В конце выпусков публиковалась реклама, а также сообщения о том, что в издании будут помещаться теоретические статьи по вопросам искусств, обзоры местной, столичной, иногородней и иностранной художественной жизни, беллетристика и поэзия. В специальном художественном отделе, по заявлению редколлегии, будут воспроизводиться оригинальные рисунки, офорты и карикатуры русских и иностранных художников. Также уточнялось, что журнал имеет постоянных корреспондентов в крупных городах России.

Начиная с первых номеров журнала видно стремление его создателей информировать читателей не только о местной художественной жизни, но и представлять творчество известных русских и зарубежных деятелей культуры. Так, в № 2 издания, в разделе «Литература», публикуются размышления о жизни и творчестве французского поэта Шарля Бодлера (1821–1867), который, по мнению автора, может «претендовать на значение *мирового* поэта» [14, 12]. Тут же помещен некролог «Памяти Кардуччи» — отклик на смерть итальянского поэта Джозуэ Кардуччи (1835–1907), лауреата Нобелевской премии по литературе (1906) [15, 12–13].

В разделе «Музыка» отмечается 25-летие композиторской деятельности А. К. Глазунова (1865–1936) [16] и публикуется очерк Б. Яновского «В. С. Калинников», в котором, помимо текста, помещены ноты композитора. Автор поясняет: «Это — письмо в нотах, в виде вокальной пьесы, написанное Калинниковым к С. И. Мамонтову. (Калинников работал тогда над оперой “Двенадцатый год”, заказанной ему С. Мамонтовым)» [17, 17].

Уделяла редколлегия внимание и художественной жизни Киева. Об этом свидетельствует, напри-

мер, отчет об экспозиции в залах городского музея, на которой были представлены картины яркого представителя стиля *модерн* В. А. Котарбинского (1848–1921). Критик Г. Бурданов, анализируя произведение художника, приходит к выводу, что его «индивидуальная особенность, ярко характеризующая творчество, и высокая техника ставят его наряду с лучшими нашими пейзажистами (Левитан, Жуковский)» [18, 19]. В подтверждение таланта живописца в журнале опубликована одна из его работ — «Жертва Нила».

Особое внимание в № 2 журнала за 1907 г. уделено празднованию 35-летия сценической деятельности известного актера В. О. Ашкинази-Степанова. Кроме упоминания об этом событии в разделе «Хроника», критик Герасимов в статье «Киевская драма» пишет о том, что «юбилей маститого артиста, ... отпразднованный на сцене Соловцовского театра² 6 февраля», стал «событием не только киевской, но и общерусской театральной жизни» [19, 20].

Стремление редколлегии заявить о журнале как равном по статусу другим отечественным литературно-художественным изданиям, прослеживается в хвалебных публикациях о них. Пример тому — аннотация на выход № 1 за 1907 г. журнала «Весы» (1904–1909): «Та небольшая пока аудитория “новой” литературы и искусства, которой служат “Весы”, найдет, как всегда, в только что вышедшей книжке журнала много интересного, а главное того, чего она не сыщет ни в каком другом русском журнале. Прежде всего, конечно, будет прочитана впервые появляющаяся в печати (русский перевод — ранее подлинника) “Флорентийская трагедия” Оскара Уайльда...» [20, 25].

«Обратная связь» нашла отражение на страницах главного рупора русского символизма — журнала «Весы» (1907, № 2), где было опубликовано рекламное объявление о новом киевском журнале, а также в издании «Перевал» (1906–1907), извещавшем читателей: «Вот, в Киеве... издается новый журнал “В мире искусств”... Пожелаем киевскому журналу радости первых упований» [21, 51].

Стремление создателей журнала «В мире искусств» ввести его в круг общероссийских изданий было реализовано достаточно быстро. Этому в значительной степени способствовала реорганизация управлением редакционным коллективом и укрепление его новыми силами:

² Театр Соловцова – русский драматический театр в Киеве. Основан в 1891 г. как один из первых стационарных театров Киева с постоянной театральной труппой известным российским актёром и драматургом Николаем Соловцовым. Просуществовал 33 года, помещался по адресу: Николаевская площадь, 3. В советское время национализирован и переименован во Второй театр Украинской советской республики им. Ленина. В настоящее время — Украинский драматический театр им. И. Франко.

«М. В. Д. Киевский Губернатор
В Главное Управление по делам печати.
по канцелярии

Часть 4. Июля 5 дня 1907 г. № 2406 Г. Киев

Редактор-издатель выходящего в г. Киеве двухнедельного журнала под названием «В Мире Искусств», Борис Карлович Яновский и проживающий в г. Киеве, по Институтской улице, в доме № 20, Александр Иванович Филиппов, подали мне, 3 Июля 1907 года, письменное заявление о том, что первый из них (Яновский) переуступает последнему, Филиппову) в полную ответственность издание означенного журнала «В Мире Искусств», при сем ответственным редактором этого журнала, по приглашению Филиппова, по-прежнему остается Борис Карлович Яновский.

Программа же журнала «В Мире искусств», и равно и все остальные условия выпуска такового остаются без изменений.

Об этом уведомляю Главное Управление по делам печати, в дополнение к [отзыву] моему от 29 Января сего года за № 366, присовокупляя, что мною, вместе с сим, выдано Филиппову новое Свидетельство на издание журнала «В Мире искусств».

И. д. Губернатора [подпись]

Правитель Канцелярии [подпись]» [11].

Укреплению авторитета нового издания помог также произведенный его коллективом анализ творческой деятельности «мирискусников» и обращение к опыту художественной интеллигенции обеих российских столиц.

В начале XX в. в Москве процветали многочисленные объединения представителей различных видов искусства, в том числе, Литературно-художественный Кружок, членами которого стали многие известные литераторы, художники, артисты и музыканты. «Приманкой» Кружка были еженедельные беседы [проходившие по вторникам — **Н.М.**], в которых поднимались наиболее волнующие вопросы общественной и, в особенности, литературной и художественной жизни». Публики на этих «вторниках» было много, особенно молодежи. В течение ряда лет ее идейными вождями были В. Брюсов, К. Бальмонт, В. Иванов.

Важную роль в заседаниях Кружка играли «представители “новых” течений и направлений в искусстве и литературе — Андрей Белый, С. С. Соловьев, Юргис Балтрушайтис, С. А. Соколов, Б. А. Садовский и М. Шик». В помощь им часто приглашали из Петербурга Д. С. Мережковского, З. Н. Гиппиус, также на «вторниках» выступали «приехавший из Парижа М. А. Волошин и ряд философов, увлекавшихся изобразительным искусством».

Многих деятелей и любителей искусства также привлекали «среды» в «Обществе свободной эстетики», возглавляемом В. Я. Брюсовым. «Общество не ограничивалось проведением бесед и встреч. Устраивались вечера, на которых исполнялись му-

зыкальные произведения, показывались танцы и экспонировались выставки художников» [22].

Многие представители художественной интеллигенции «третьей российской столицы» — Киева, нередко навещали в Москву и Санкт-Петербург, активно посещали указанные выше и другие художественные собрания, знакомились с их участниками, прежде всего, с докладчиками. Особенно преуспел в этом художник-пейзажист С. И. Святославский (1857–1931), окончивший Московское училище живописи, ваяния и зодчества, принимавший участие в выставках Товарищества передвижников, впоследствии живший и работавший в Киеве [22].

Уже в 1907 г. создателям журнала «В мире искусств» удалось установить сотрудничество с известными литераторами и критиками обеих российских столиц. И это дало положительные результаты: в № 7–8 издания публикуется стихотворение в прозе А. Ремизова «Белая ночь» (с. 5), рецензия С. Ауслендера на XVI-й сборник Товарищества «Знание» (с. 30–31); в № 9–10 — стихи М. Кузмина (с. 7–8), В. Ходасевича (с. 8), эссе С. Ауслендера «Песни любви» (с. 9–10), несколько репродукций картин Н. Ге и монографический очерк о его творчестве в разделе «Живопись» (с. 21–29), подписанный псевдонимом «Художник»; в № 11–12 — стихи В. Брюсова (с. 5–6), очерк А. Белого «Чехов» (с. 11–13), запись разговора с А. П. Чеховым Вс. Мейерхольда «А. П. Чехов о натурализме на сцене» (с. 24), рецензия С. Ауслендера на книгу Анатолия Каменского «Рассказы», Т. 1 (с. 30–31). В журнале также появляется раздел «Корреспонденция», в котором публикуются письма не только из близлежащих к Киеву городов, но и из Перми и даже — Рима.

Во второй половине 1907 г., благодаря налаженным творческим связям с рядом петербургских и московских литераторов, известных художников, журнал «В мире искусств» вошел в когорту ведущих модернистских изданий страны. Следуя традиции «Мира искусства» пропагандировать новые художественные достижения, редколлегия организовала в 1907–1908 гг. выставки журнала, на которых экспонировались работы Л. Бакста, А. Бенуа, И. Билибина, А. Васнецова, М. Добужинского, К. Коровина, Б. Кустодиева, Е. Лансере и других известных художников. В отчете «О выставках», опубликованном в № 2–3 за 1908 г., один из организаторов экспозиций, А. Филиппов, писал, что их целью было «ознакомить людей, любящих искусство, с новыми побегам его, дать представление о духе нового творчества» [23, 31].

Успех первой экспозиции побудил создателей журнала «В мире искусств» расширить горизонты просветительской деятельности и провести теперь уже литературный «Вечер нового искусства» с участием таких известных поэтов и писателей, как А. Белый, С. Соколов-Кречетов, Н. Петровская и И. Бунин. Однако Бунин, как выяснилось в последний момент,

приехать в Киев не смог, и его [24, 329] срочно пришлось заменить А. Блоком.

Согласно воспоминаниям А. Белого [25], его письму к А. Д. Бугаевой [26, 312], а также письмам А. А. Блока к матери [27] можно судить, что литературных вечеров с участием этих писателей было два: первый прошел 4 октября в Городском оперном театре, а второй, 6 октября, в зале Коммерческого собрания, на котором А. Белый выступил с лекцией «Будущее искусства». Подробно о том, какая атмосфера царил на этих вечерах, как принимала знаменитых поэтов киевская публика, рассказывает в очерке «Три дня из жизни Александра Блока» Л. Ф. Хинкулов, автор книги «Золотые ворота Киева: Новое о русских писателях в Киеве» [28].

Организатором «Вечера нового искусства», пригласившим в Киев петербургских и московских литераторов, стал один из создателей журнала «В мире искусств» А. И. Филиппов. В проведении этого культурного мероприятия ему помог известный литературовед, приват-доцент Киевского университета Ф. де Ла Барг. В заметке, опубликованной в издании после выступлений приезжих знаменитостей, говорилось о том, что во многом с ними можно не соглашаться, но не считаться с ними нельзя: «Это значило бы пройти мимо целого отдела интеллектуальной жизни, не заглянув даже в него, это значило бы оставлять без внимания большую главу духовной современной жизни, — утверждал критик Мойтон. — Наше время в лице так называемых декадентов, модернистов, импрессионистов имеет представителей совершенно своеобразного рода творчества, и вечер, посвященный “Новому Искусству”, видел, прежде всего, свою цель в том, чтобы познакомить публику с этим отделом творчества» [29, 26].

Как следует из заметки, вечер (первый из двух) состоял из трех отделений. Начался он с выступления А. Белого, прочитавшего свои стихи и выступившего с лекцией «Об итогах развития нового искусства». А. Блок прочел незадолго до этого написанную «Незнакомку» и стихотворение «Утихает тихий вечер». Представили на суд зрителей свои произведения С. Кречетов и Н. Петровская, в исполнении актеров прозвучали стихи К. Бальмонта. Затем настал черед музыкантов: оркестр исполнил произведения Н. А. Римского-Корсакова, финского композитора Яна Сибелиуса, а также редактора журнала и композитора Б. Яновского. А. Блок в письме к матери от 9 октября 1907 г. сообщал о прошедшем вечере: «Успех был изрядный, на следующий день газеты подробно ругали и хвалили» [27].

Видимо, в понятие «успех» поэт вкладывал внимание публики. Что же касается киевской газетной критики, то лишь одно издание — «Киевские вести», дало положительный отклик на выступление столичных литераторов, да и то с оговорками. Автор отчета, хотя и отметил, что зал был переполнен, вы-

сказал мнение, что это обстоятельство было вызвано лишь известностью выступавших. И хотя лекция А. Белого не пришлась ему по вкусу, он признал, что чтение своих произведений писателями публика встретила доброжелательно, а «великолепная “Незнакомка” Блока» была признана «лучшим номером литературной программы» [30].

В целом же мнение киевских критиков о встрече со столичными литераторами оказалось негативным. Отвечая на их порой поверхностные высказывания на газетных полосах, редакция журнала «В мире искусств» опубликовала анонимную заметку с «говорящим» названием «А судьи кто?», в которой публично *высекла* оппонентов: «Мы ожидали врагов серьезных, которые пришли бы в полном вооружении и вступили бы с нами в бой... И кого же мы увидели? Недалеких, легкомысленных и очень смешливых болтунов... Какие же это враги? Так, наш почтеннейший “критик”, найдя у себя склонность к сыскному делу, шел по пятам Александра Блока и выслеживал, сколько и что именно ест и пьет А. Блок в театральном буфете. Выследил и доложил почтенной публике» [31, 27].

Причина негативного восприятия «Вечера нового искусства» большинством киевских критиков объясняется, прежде всего, тем, что *символизм*, представителями которого были выступавшие литераторы, с трудом пробивал в то время путь к общественному признанию. Начало этому явлению в отечественной литературе положил Д. С. Мережковский (1865–1941), выступивший в Санкт-Петербурге в октябре 1892 г. с публичной лекцией «О причинах упадка и о новых течениях современной русской литературы», вышедшей в следующем, 1893 г., отдельным изданием [32]. Именно эта лекция и его поэтический сборник «Символы. Песни и поэмы» [33] стали манифестом символизма. В 1907 г. и московские, и петербургские критики еще «ломали копыя» по поводу оценки этого направления в искусстве. Впрочем, до признания символистов оставалось совсем немного времени.

В мае 1908 г. редактором журнала «В мире искусств» стал А. Филиппов, а издателем — И. Миклашевский, о чем свидетельствует архивный документ, датированный 5 Апреля 1908 г.:

«М. В. Д. Киевский Губернатор
В Главное Управление по делам печати.
по канцелярии
Часть 4. 5 Апреля 1908 г. № 1128 Г. Киев

Издатель входящего в г. Киеве двухнедельного журнала под названием «В Мире искусств», Александр Иванович Филиппов и титулярный советник Иосиф Михайлович Миклашевский [передали] мне, 2 Апреля 1908 года, письменное заявление о том, что первый из них (Филиппов) переуступает последнему (Миклашевскому), в полную собственность издание означенного журнала «В Мире искусств», при чем ответственным редактором этого журнала, по при-

глашению Миклашевского, принимает на себя Александр Иванович Филиппов в полном объеме.

Программа же журнала «В Мире искусств», а равно и все остальные условия выпуска такового остаются без изменений.

Об [этом] уведомляю Главное Управление по делам печати.

К [отзыву] моему от 5 Июля 1907 года за № 2406, присовокупляю, что мною, одновременно с сим, выдано Миклашевскому новое Свидетельство за № 1128, на издание журнала «В Мире искусств» и об этом поставлен в известность Киевский Временный Комитет по делам печати.

Губернатор, В должности Шталмейстера [подпись]
Правитель Канцелярии [подпись]» [11].

На первый взгляд, смена руководства в издании не повлияла на выбранный ранее курс пропагандировать «новое искусство». Более того, как следует из «Набросков» А. Филиппова, сетовавшего на то, что «наша живопись продолжает оставаться для иностранцев чем-то малоизвестным и непонятым», все же, по его мнению, в «художественной среде ясно замечается определенная тенденция к ознакомлению заграничной публики с русским искусством». Как подчеркивает автор, «Венское художественное общество “Secession” проявило лестную для русских художников поддержку редакции нашего журнала в деле устройства в Вене коллективной выставки картин современных русских художников» [34, 17].

О серьезности занимаемой изданием позиции в системе русской периодики, освещающей вопросы искусства, свидетельствует и публикация в этом же номере корреспонденции «К вопросу о реформе театра», которая информирует читателей о том, что «15 и 16 апреля в помещении редакции журнала “В мире искусств” состоялось совещание группы представителей сцены и художественных критиков под председательством В. Э. Мейерхольда по вопросу о необходимости созыва в ближайшем будущем съезда всех лиц, заинтересованных в судьбах русского театра, в его реформировании» [35, 25].

Журнал также продолжал организовывать выставки современного искусства. Так, по свидетельству «Краткой летописи художественной жизни 1907–1914 годов», составленной Г. Ю. Стерниным, в марте 1909 г. «в Одессе открылась выставка современных художников, организованная И. И. Лазаревским и А. И. Филипповым. Среди экспонатов — работы членов Союза русских художников, Московского и Южно-русского товариществ художников. Позднее выставка была показана в Киеве и Харькове» [36, 237]. В декабре того же, 1909 г., «в залах Музея общества изящных искусств в Одессе открылась VII передвижная выставка картин журнала “В мире искусств”, организованная редактором журнала А. И. Филипповым. В экспозиции большое место занимали произведения В. Э. Борисова-Мусатова» [36, 242].

В январе 1910 г., видимо, с целью укрепления позиций журнала в редакционно-издательской сфере, в нем вновь была осуществлена реорганизация: «М. В. Д. Киевский Губернатор

В Главное Управление по делам печати.

по канцелярии Часть 1-я

24 Января 1910 г. № 360 Г. Киев.

Издатель выходящего в г. Киеве журнала под названием “В Мире искусств” Иосиф Михайлович Миклашевский подал мне 18 Января 1910 года письменное заявление о том, что вторым редактором означенного журнала в того же 18 Января 1910 года состоит он сам, а обязанности первого редактора журнала остаются по-прежнему на Александре Ивановиче Филиппове, и что оба они будут ответственны за издание в полном объеме.

Программа журнала «В Мире искусств», а равно все остальные условия выпуска такового, остаются без изменения.

В удостоверение изложенного сего числа за № 360 выдано Иосифу Миклашевскому Свидетельство в двух экземплярах, взамен такого же Свидетельства, выданного 5 Апреля 1908 года за № 1128.

Об этом уведомляю, в дополнение к отзыву от 5 Апреля 1908 года за № 1128, для сведения.

И. д. Губернатора, Вице-Губернатор [подпись]
За Правителя Канцелярии [подпись].» [11].

Однако, несмотря на ряд творческих успехов редакционного коллектива и стремление его руководства к усовершенствованию издания, постепенно от сотрудничества с журналом стали отказываться такие известные художники, как А. Бенуа и С. Яремич, а также литераторы — В. Брюсов и А. Белый. Сегодня трудно судить, что стало первопричиной их разрыва с редакцией: идеологические разногласия с руководством или недовольство низкими гонорарами. По крайней мере, вводимые нами в научный оборот архивные документы ответа на этот вопрос не дают. Возможно, причин было несколько. Итог же разрыва столь значимых деятелей русского искусства с изданием закономерен: в 1910 г. журнал «В мире искусств» прекратил существование.

Несмотря на всего лишь трехлетний с небольшим период существования журнала «В мире искусств», изучение контента ряда номеров позволяет судить о серьезной просветительской деятельности его творческого коллектива, системной пропаганде им «нового искусства» — модернизма. Следуя эстетической программе петербургского «Мира искусства», трансформируя ее применительно к реалиям киевской жизни, сотрудники этого издания информировали своих читателей о важнейших художественных событиях не только местного значения, но также общероссийского и шире — зарубежного.

Характерно также и то, что на его страницах публиковалась не только оперативная информация, но и теоретические статьи, посвященные разным видам искусства: литературе, живописи, музыке, театру. Кроме того, редакция не ограничивалась лишь выпуском журнала. Следуя опыту своих предшественников, «мирискусников», сотрудники киевского издания организовывали художественные выставки, проводили литературные и музыкальные вечера, что способствовало повышению культурного уровня местного студенчества и интеллигенции. Все это позволяет сделать вывод о том, что журнал «В мире искусств» занял заметное и почетное место среди региональных литературно-художественных изданий Серебряного века модернистской направленности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Есин Б. И. История русской журналистики (1703–1917) / Есин. — М., 2000.
2. История русской журналистики XVIII–XIX веков. — СПб., 2005.
3. Герчук Ю. Я. Искусство печатной книги в России XVI — XXI веков / Ю. Я. Герчук. — СПб., 2014.
4. Долгополов Л. На рубеже веков: О русской литературе конца XIX — начала XX века / Л. Долгополов. — Л., 1985.
5. Чернышова-Мельник Н. Сергей Дягилев — редактор, публицист и критик / Н. Чернышова-Мельник. — СПб., 2018.
6. Гарафола Линн. Русский балет Дягилева / Л. Гарафола. — М., 2021.
7. Дягилев С. Сложные вопросы: Основы художественной оценки / С. Дягилев // Мир искусства. — 1899. — Т. 1. — № 3–4.
8. Шестаков В. П. Эстетизм как феномен и программа журнала «Мир искусства» Сергея Дягилева / В. П. Шестаков // С. П. Дягилев и современная культура. — Пермь, 2010.
9. Жирков Г. В. Золотой век журналистики России: История русской журналистики 1900–1914 годов / Г. В. Жирков. — СПб., 2011.
10. Масси С. Земля Жар-птицы: краса былой России / С. Масси. — СПб., 2000.
11. РГИА. Ф. 776. Оп. 16. Ч. I. Ед. хр. № 1195–1207. — Л. 1; 1-об.; 2; 2-об.; 3; 3-об.; 4; 4-об.
12. Турчин В. С. «Да» и «нет» на переломе эпох. Теософская традиция в русской культуре / В. С. Турчин // С. Дягилев и русское искусство XIX — XX вв. — Пермь, 2005. — С. 17–19.
13. От редакции // В мире искусств. 1907. — № 1.
14. А. К. Цветызла / К. А. // В мире искусств. — 1907. — № 2.
15. Buffalmasso. Памяти Кардуччи // В мире искусств. — 1907. — № 2.
16. Чечотт В. К 25-летию композиторской деятельности А. К. Глазунова / В. Чечотт // В мире искусств. — 1907. — № 2. — С. 15–16.
17. Яновский Б. В. С. Калинин / Б. Яновский // В мире искусств. — 1907. — № 2.
18. Бурданов Г. Выставка в музее Императора Николая II / Г. Бурданов // В мире искусств. — 1907. — № 2.
19. Герасимов. Киевская драма / Герасимов // В мире искусств. — 1907. — № 2.
20. Аннотация на выход № 1 за 1907 год журнала «Весы» // В мире искусств. — 1907. — № 2.
21. Перевал. — 1907. — № 6.
22. Лобанов В. М. Кануны: Из художественной жизни Москвы в предреволюционные годы / В. М. Лобанов. — М., 1968. — С. 68–80.
23. Филиппов А. О выставках / А. Филиппов // В мире искусств. — 1908. — № 2–3.
24. Белый Андрей. Начало века: Берлинская редакция (1923) / Андрей Белый. — СПб., 2014.
25. Белый Андрей. О Блоке: Воспоминания. Статьи. Дневники. Речи / Андрей Белый. — М., 1997. — С. 287–294.
26. Литературное наследство. Т. 92: Александр Блок: Новые материалы и исследования: В 4-х к. Кн. 3. — М., 1982.
27. Блок А. А. Собр. соч.: В 8 т. Т. 8: Письма. 1898–1921. — М.-Л., 1963. — С. 213–215.
28. Хинкулов Л. Ф. Золотые ворота Киева: Новое о русских писателях в Киеве / Л. Ф. Хинкулов. — Киев, 1988. — С. 20–38.
29. Мойтон. Вечер нового искусства / Мойтон // В мире искусств. — 1907. — № 17–18.
30. К. Вечер нового искусства // Киевские вести. — 1907. — № 113. — 6 октября.
31. Б / п. А судьи кто? // В мире искусств. — 1907. — № 17–18.
32. Мережковский Д. С. О причинах упадка и о новых течениях современной русской литературы / Д. С. Мережковский. — СПб., 1893.
33. Мережковский Д. С. Символы. Песни и поэмы / Д. С. Мережковский. — СПб., 1892.
34. Филиппов А. наброски / А. Филиппов // В мире искусств. — 1908. — № 5.
35. Б / п. К вопросу о реформе театра // В мире искусств. — 1908. — № 5.
36. Стернин Г. Ю. Художественная жизнь России 1900–1910-х годов / Г. Ю. Стернин. — М., 1988.

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Мельник Н. Д., кандидат филологических наук, доцент кафедры искусствознания

E-mail: melnik.natalija2017@yandex.ru

St.-Petersburg State Institute of Cinema and Television
Melnik N. D., Candidate of Philology, Associate Professor of the Art History Department

E-mail: melnik.natalija2017@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА МАРКЕТИНГ

Алхиджази Серин Мохаммад

Российский университет дружбы народов

Поступила в редакцию 27 июля 2023 г.

Аннотация: изменение представлений об электронных коммуникациях и распространение социальных сетей способствовало существенному изменению привычных способов общения с потребителями. Социальные сайты оказали значительное влияние на покупательское поведение с точки зрения осознания необходимости покупки, поиска информации о продуктах, оценки доступных альтернатив, принятия решения о покупке, вынесения оценки о покупке после процесса покупки и опыта использования продукта. Цель исследования заключается в выяснении влияния социальных сетей на потребительское поведение.

Ключевые слова: социальные сети, покупательская способность, маркетинг, компании, потребители.

Abstract: changing ideas about electronic communications and the spread of social networks have contributed to a significant change in the usual ways of communicating with consumers. Social sites have had a significant impact on purchasing behavior in terms of awareness of the need to purchase, searching for information about products, evaluating available alternatives, making a purchase decision, evaluating a purchase after the purchase process, and the experience of using a product. The purpose of the paper is to find out the influence of social networks on consumer behavior.

Keywords: social networks, purchasing power, marketing, companies, consumers.

Популярность социальных сетей заключается в том, что они позволяют потребителям взаимодействовать друг с другом, обмениваться информацией. Широкое распространение социальных сетей позволяет компаниям сохранять свои позиции на интернет-площадках, продвигая свои продукты, находя новые способы взаимодействия с клиентами. Возник новый тип поведения, повлиявший на покупательскую способность потребителей. Рекламодатели открыли для себя несколько способов отправки рекламных сообщений через социальные сети (создание контента для компании с целью прорекламировать ее бренд, продукты и услуги; распространение рекламы через контент пользователя в социальных сетях, где рекламодатель выстраивает связь между рекламой в социальных сетях и сайтами компаний [1] с учетом различных сегментов пользователей этих сайтов). Когда компании хотят продать товар на любом из сайтов социальных сетей, потребитель может очень точно выбрать сегмент для просмотра товаров таким образом, который до сих пор не обеспечивался ни одним другим способом покупки.

Благодаря эффективному внедрению программ маркетинга в социальных сетях компании могут создавать прочные и взаимовыгодные отношения со своими клиентами, повышая их удовлетворенность и стремление, а также создавая или укрепляя бренд [2]. Компании ищут наиболее выгодные спо-

собы использования социальных сетей для установления здоровых отношений со своими клиентами, чтобы продвигать свои продукты и услуги и укреплять авторитетный образ своих брендов среди общественности. Это требует от компаний сосредоточить все свои ресурсы на развитие социальных сетей в качестве маркетинговой стратегии. В связи с этим международные компании нанимают множество экспертов и консультантов в данной сфере, чтобы получить качественные рекомендации по содержанию и эффективности своей рекламы прежде чем публиковать ее в социальных сетях, чтобы повысить эффективность своих маркетинговых программ. Более того, клиенты рассматривают социальные сети как инструмент для взаимодействия с различными брендами в любое удобное для них время [3].

Покупательское намерение. Намерение потребителя возникает не из вакуума, а, скорее, обусловлено внутренними переменными и внешним окружением, которые подталкивают его к принятию решения о покупке. Например, демографические факторы, такие как возраст, пол, национальность и семейное положение. Стоит заметить, что поведение молодых потребителей отличается от поведения потребителей старшего возраста, а поведение потребителей-мужчин в отношении товаров и услуг отличается от поведения потребителей-женщин, не говоря уже о роли социального статуса в принятии решения о покупке [4]. Маркетолог может определить потребности и желания потребителя и эффективно реагировать

на них, учитывая все факторы, что, в свою очередь, подталкивает потребителя быть более лояльным и приверженным продукции бренда. Нет сомнений в том, что эта лояльность укрепляется, когда имеется правильно спланированная и таргетированная рекламная программа, основанная на убеждении и влиянии на намерение покупки, а также на использовании соответствующих рекламных средств, которые служат целям организации.

Принятие решения о покупке. Процесс принятия решения о покупке представляет собой деятельность, осуществляемую отдельным потребителем или руководством организации, а также является непрерывным процессом, который обычно начинается с момента возникновения потребности в товаре и желания приобрести его до момента завершения процесса покупки. Существуют различные типы решений о покупке. Некоторые из них имеют важное значение, когда речь идет о покупке товара высокого класса, поскольку покупка такого типа товара требует сбора большого количества информации о нем и тщательного обдумывания. Другие типы решений о покупке не требуют затраты больших усилий, так как решение о покупке принимается быстро и не требует сбора информации, как в случае покупки повседневных или быстро потребляемых товаров, например продуктов питания.

Типы решений о покупке. Выделяют два типа решения — эмоциональный и рациональный.

Эмоциональный. Различные факторы подталкивают потребителя к покупке товаров без объективной оценки своих материальных возможностей. Скорее, он может действовать лишь исходя из подражания мнению какой-то референтной группы, к которой он принадлежит, либо осуществляет покупку просто потому, что он очарован внешним видом, цветом или размером упаковки. Таким образом, решение о покупке является спонтанным, без размышлений и изучения товара, просто из-за подражания или симпатии к его внешнему виду [5, 2417].

Рациональный. Мотивы покупки рациональны, если решение о покупке строится на основе анализа и изучения всех факторов, связанных с решением о покупке товара. Австрийский психолог Зигмунд Фрейд считал, что поведение индивидов есть результат конфликта двух сил внутри личности — мотивов и ограничений. Когда ограничения преобладают над мотивами, потребитель принимает решение о покупке. Однако, если в результате страха, застенчивости, осознания опасности или иных экономических и социальных давлений произошло обратное, то это приведет к ослаблению ограничений и усилению мотивов, и тогда потребитель примет решение не покупать товар.

Концепция покупательского поведения. Изучение поведения потребителей имеет большое значение для маркетологов, а знание поведения

потребителей помогает рынку понять, как покупатель думает и выбирает товары. Кроме того, это дает понимание того, как на потребителей влияют культурные, социальные, личностные и психологические факторы. Большинство этих факторов неподконтрольны маркетологам, но они стремятся принимать их во внимание, чтобы понять сложное поведение потребителей.

Покупательское поведение потребителей определено как действия, в которых потребитель непосредственно участвует в приобретении, использовании и распоряжении товарами и услугами, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям. В этой связи исследователи стремятся разработать более сложные концепции и методы контроля с помощью поведенческих наук, чтобы более глубоко понимать, прогнозировать и, возможно, регулировать поведение потребителей [6, 27].

Параметры или компоненты воспринимаемой маркетинговой деятельности в социальных сетях. Это — наслаждение (радость), взаимодействие, детализация информации в соответствии с потребностями пользователей, важность.

Наслаждение (радость). Представляет собой результат процесса развлечения человека через сайты социальных сетей. Люди, которые используют социальные сети, всегда стремятся получить удовольствие или провести счастливое время в этом виртуальном сообществе, основываясь на определенных элементах, а именно на развлечениях, счастье и отдыхе [7].

Взаимодействие. Социальные сети — это компонент, который оказывает положительное влияние на чувства своих пользователей и способствует их большему участию в интернет-сообществах [8, 34]. Средства коммуникации играют важную роль в обмене идеями, мнениями и предложениями, и такое взаимодействие приводит к обмену пользователями не только информацией и опытом, но и знаниями о продуктах, компаниях и брендах. То есть пользователи находят в этих частных организациях и компаниях материал для обмена информацией и взаимодействия друг с другом.

Некоторые исследователи указывают на то, что взаимодействие через социальные сети необходимо для создания связей между брендами и их клиентами, а также представляет собой мотивацию для клиентов создавать пользовательский контент (UGC). Такое взаимодействие способствует достижению важной цели компаний, когда клиенты рассказывают о ее продуктах и обсуждают ее. Компании стремятся сначала построить взаимодействие между компанией и некоторыми клиентами, а затем уже выстроить взаимодействие между этими клиентами и другими группами клиентов. Здесь стоит отметить, что для того, чтобы компании достигли данной цели, они должны предоставлять уникальный контент своих

брендов, такой как изображения, графика и видео, чтобы этот контент стал катализатором позитивных дискуссий и разговоров в социальных сетях и помог добиться желаемого отклика потребителей о компаниях [9, 367].

Детализация информации в соответствии с потребностями пользователей. Этот термин определяется как уровень удовлетворения пользователями информационным содержанием, предоставленным компанией, и его сопоставление с различными потребностями и желаниями пользователей социальных сетей, ведь клиенты ищут ту информацию, которая бы отвечала их требованиям и вкусам. Процесс детализации информации зависит от контакта с пользователями, у которых различные потребности в информации, а также от предоставления соответствующего контента для каждой группы в отдельности. Это контрастирует с классическими средствами маркетинговых коммуникаций, которые доставляют сообщения, не принимая во внимание многообразные потребности клиентов [10].

Важность. Речь идет об уровне осведомленности и ощущении людьми важности маркетинговой деятельности в социальных медиа. Это также свидетельствует об уровне важности контента, который компании представляют пользователям через социальные сети. Так, некоторые статистические данные показывают, что уровень реакции клиентов на рекламу в социальных сетях достигает 55%. Международные компании осознали новую реальность, поэтому они изобрели специальное приложение на мобильном телефоне в сотрудничестве с компанией Apple. Главной целью этого приложения является облегчение и ускорение постоянного общения клиентов с компанией, а также достижение того, что известно как двустороннее общение. Данное приложение бесплатное и доступно для всех владельцев телефонов марки Apple [11, 371].

Некоторые исследования, сосредоточенные на мониторинге вышеперечисленных аспектов маркетинговой деятельности через сайты социальных сетей, показывают, что, например, в Индии наиболее важными параметрами маркетинга в интернете являются общение, современность информации и удовольствие, в Китае на первый план выходит актуальность информации, во Франции — удовольствие, за которым следуют взаимодействие и современность, а в Италии на первом месте оказалась новизна информации, затем удовольствие и, наконец, взаимодействие. Есть мнение, по которому параметры маркетинговой деятельности в социальных медиа, оказывающие наибольшее влияние на клиентов, представляют собой следующий ряд: взаимодействие, детализацию информации и ее актуальность [12, 370].

Факторы, влияющие на решение о покупке. Это характер потребителя, товара, продавцов и производителей, а также покупательной способности.

— *Характер потребителя:* покупательские решения потребителей различаются в зависимости от этапов, которые они проходят в этом процессе; продолжительности времени, необходимого для завершения каждого этапа; социальных характеристик потребителя (его социальный класс и убеждения), а также от его способности учиться на своем предыдущем опыте в области маркетинга и закупок [13].

— *Характеристики товара:* на решение о покупке товара непосредственно влияют характеристики этого товара, а именно его качество, цена, функциональные, социальные и психологические преимущества для потребителя. Поэтому производители постоянно стремятся совершенствовать свою продукцию и добавлять своим товарам новые преимущества, чтобы добиться максимальной выгоды и побудить потребителей к их покупке.

— *Характер продавцов и производителей:* производителю важно уметь создавать отличный имидж для своих торговых марок на рынке, а также продавать свою продукцию через магазины с хорошей репутацией и через обученных и профессиональных продавцов. Это будет способствовать появлению доверия потребителей к этим продуктам, выработке лояльности к ним и стимулированию к их покупке [14, 67].

— *Характер покупательной позиции:* факторы, связанные с позицией покупателя, иногда влияют на процесс принятия решения о покупке. Эти факторы включают в себя время, отведенное для покупки, финансовые и социальные условия, а также место покупки.

Следовательно, покупательское поведение представляет собой реакцию людей, полученную ими в результате действия, которому они подверглись и посредством которого они стремятся удовлетворить потребность в покупке. Это можно резюмировать следующим образом: существуют определенные действия, которые предпринимает потребитель для того, чтобы получить товар или услугу; модели поведения являются результатом влияния внешних и внутренних факторов; информация играет значительную роль в воздействии на восприятие товара, формирование образа о нем и последующем принятии решения о его покупке; процесс общения с окружающими, обсуждения и обмена информацией оказывает большое влияние на формирование покупательского поведения [15, 27].

Важность изучения потребительского поведения. Использование социальных сетей опирается на изучение потребительского поведения, которое заключается в следующем:

— Помочь потребителю разобраться в процессе покупки товаров и услуг, т.е. узнать, что и зачем он покупает. Как он может приобрести тот или иной товар, используя различные методы?

— Помочь понять взаимосвязь между внешними и внутренними факторами, которые влияют на людей и их потребительское поведение.

— Помочь маркетологам в разработке соответствующих маркетинговых стратегий, которые не могут быть применены на практике без полного понимания поведения потребителей.

— Обнаружить соответствующие маркетинговые возможности для организаций и компаний в свете серьезной конкуренции в данной сфере.

— Разработать и усовершенствовать продукты и услуги.

— Оперативно реагировать на изменения, которые могут произойти в потребностях и желаниях потребителей [16, 133].

Фирмы создают новые бизнес-модели удовлетворения потребностей и ожиданий потребителей, включающие несколько шагов: представление информации, услуг и товаров в привлекательной и утонченной форме; кардинальная трансформация традиционной бизнес-системы (внутренней и внешней); изменение взгляда на потребителя (если раньше потребитель рассматривался как цель, то отныне необходимо считать его заинтересованным лицом и акционером); убежденность в том, что потребители и социальные сети, которые они продолжают использовать, обладают высокой способностью оптимизации образа товара и коммерческого продукта; убежденность в том, что потребители могут продвигать продукт посредством взаимодействия с другими людьми через социальные медиа; возможность потребителя оценивать товар по шкале от 1 до 5 и сообщать об ошибках и недочетах, если таковые имеются (также потребитель может обращаться в отдел «жалоб и предложений», что позитивно отражается на улучшении качества продуктов и разработке новой продукции) [17, 41].

Заключение. Результаты исследования можно резюмировать следующим образом:

Отличие и разнообразие продуктов, рекламируемых через сайты социальных сетей, подталкивает потребителей взаимодействовать друг с другом и искать новые продукты. Это также оказывает влияние на покупательское поведение и способствует его формированию.

В настоящее время социальные сети можно считать лабораторией маркетинга и рекламы различных продуктов, так как эти сайты смогли охватить все возрастные группы населения, начиная с молодых и заканчивая пожилыми. Самую важную категорию представляет молодежь, которая является будущим человечества и его бесценным богатством. В этой связи социальные медиа стремятся повлиять на нее и на различные модели поведения, которые присущи этой группе. В частности, она характеризуется высокой степенью интерактивности.

Социальные сети значительно влияют на процесс принятия решения о покупке на всех его этапах. Они воздействуют на восприятие потребителем товаров, рекламируемых в социальных медиа; оценку потребителем альтернативных товаров; решение о покупке после того, как он ознакомился с продуктами, которые он приобрел, в соответствии с критериями покупки; степень удовлетворенности потребителя своей покупкой.

В качестве рекомендаций по развитию как контента компании, так и потребительского контента можно предложить следующее: компаниям следует расширять использование социальных сетей в маркетинговой политике; необходимо предоставлять потребителю достаточную и полную информацию о продуктах и компании; важно правильно сочетать компоненты и параметры, делающие маркетинговую стратегию компании привлекательной и приемлемой для пользователей социальных сетей; для этой работы следует формировать рабочие группы, обновляющие контент социальных сетей и отслеживающие реакцию на него своих пользователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аль-Нисур Х. Б. Влияние социальных сетей на маркетинг и покупательскую способность в Иордании / Х. Б. Аль-Нисур, А. А. Аль-Манасрах, М. А. Аль-Зиядат // Иорданский журнал делового администрирования. — Т. 12. — Вып. 3. — 2016.
2. Hanaysha J. The importance of social media advertisements in enhancing brand equity: A study on fast food restaurant industry in Malaysia / J. Hanaysha // International Journal of Innovation, Management and Technology. — № 7 (2). — 2016.
3. Басыт Р. Г. Влияние маркетинга в социальных сетях на покупательскую способность: анализ роли узнаваемости бренда и его образа / Р. Г. Басыт // Научный журнал экономики и торговли. — 2020.
4. Шахин М. Влияние социальных сетей на поведение потребителей / М. Шахин // Университет Леванта. — 2018. — С. 30.
5. Аль-Кураши З. Влияние социальной сети на процесс принятия решения о покупке среди потребителей города Амман / З. Аль-Кураши, И. Аль-Килани // Журнал исследований в сфере гуманитарных наук при Университете Ан-Наджа. — 2015. — Т. 29. — Вып. 12.
6. Аль-Ясин М. Ф. Влияние маркетинговых стратегий на покупательское поведение / М. Ф. Аль-Ясин // Ближневосточный университет, Амман. — 2017.
7. Manthiou A. Identifying and responding to customer needs on Facebook Fan pages / A. Manthiou, L. Chiang, L. Tang // Int. J. Technol. Hum. Interact. — 2013. — № 9 (3). — P. 36–52.
8. Kang M. J. Study on the Effect of features of brand community using one person media on consumers / M. J. Kang // Master's dissertation. — Seoul National University. — 2015.
9. Сергей А. А. Влияние маркетинговой деятельности в социальных сетях: опосредующая роль узнаваемо-

сти бренда и ментального образа бренда / А. А. Сергей // Научный журнал экономики и торговли.— 2021.

10. Ding Y. Re-examination of service standardization versus customization from consumers perspective / Y. Ding, H. T. Keh // J. Serv. Mark.— № 30 (1).— P.16-28.

11. Karamian H. Do social media Marketing activities increase brand equity / H. Karamian, M. Nadoushan // International Journal of Economy, Management and Social Science.— № 4 (3).— 2015.

12. Yadav M. Measuring consumer perception of social media marketing activities in ecommerce industry: scale development and validation / M. Yadav, Z. Rahman // Telematics and Informatics.— № 34 (7).— 2017.

13. Нури М. Современное поведение потребителей / М. Нури // Ведомство университетских публикаций, Ал-

жир.— 2012.— С. 142-143.

14. Саад Р. Влияние социальных сетей на покупательское поведение студентов алжирских университетов / Р. Саад, С. Халуф // Университет Мохамеда Седдика бин Яхья.— 2020.

15. Омри С. М. Влияние маркетинга на покупательское поведение в сфере косметики / С. М. Омри // Университет Зарка, Иордания.— 2015.

16. Завави А. Х. Влияние электронных СМИ на потребительское поведение: исследование выборки алжирских потребителей / А. Х. Завави // Алжирский университет.— 2013.

17. Ахмед А. Маркетинг через социальные сети / А. Ахмед // Обучение и технологии.— 2015.

*Российский университет дружбы народов
Алхиджази Серин Мохаммад, аспирант филологического факультета
E-mail: serenhijazi1@gmail.com*

*Peoples' Friendship University of Russia
Alhijazi Serin Mohammad, Postgraduate Student of the
Philology Faculty
E-mail: serenhijazi1@gmail.com*

СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ ЛЕКСЕМЫ «ЭКОНОМИКА» В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

О. А. Нехорошева

Кубанский государственный университет

Поступила в редакцию 26 сентября 2023 г.

Аннотация: в данном исследовании анализируется газетный материал за 2000 г. — август 2023 г. с целью выявления специфики концептуализации лексемы «экономика» в русскоязычной картине мира. В результате анализа установлен факт новых семантических приращений лексемы «экономика»: как положительных и отрицательных, так и нейтральных. Выявлена растущая актуальность понятия «экономика» в связи с появлением новых имплицитных смыслов в разноплановых текстах. Источниками послужили медиатексты газетного дискурса, собранные в Национальном корпусе русского языка.

Ключевые слова: экономика, медиатекст, концептуализация, лексема, концепт, язык экономической науки, имплицитность, языковая картина мира, популярный экономический дискурс.

Abstract: this study analyzes newspaper material from 2000 to August 2023 in order to identify the specifics of conceptualization with the lexeme «economy» in the Russian-language picture of the world. As a result of the analysis, the fact of new semantic increments of the lexeme «economy» was established: both positive and negative, and neutral. The growing relevance of the concept «economy» is revealed in connection with the emergence of new implicit meanings in diverse texts. The sources were media texts of newspaper discourse collected in the National Corpus of the Russian Language.

Keywords: economics, media text, conceptualization, lexeme, concept, language of economic science, implicitness, linguistic picture of the world, popular economic discourse.

При изучении концептуализации лексемы *экономика* в современных медиатекстах следует дать толкование данному термину. В «Толковом словаре» Д. Н. Ушакова *экономика* — это хозяйственный уклад, хозяйство или наука, изучающая хозяйственную деятельность [1, 1399–1400]. Экономика языка — это область исследований на стыке экономики и социолингвистики ввиду общности исследуемых объектов. Язык — это основа коммуникативной функции среди представителей многих наук: экономики, истории, литературоведения, языкознания, политики. Язык экономической науки описывает экономическую действительность и предписывает нам основные действия с ней [2, 7]. Исследование экономической науки и языка экономики неразрывны между собой и не могут существовать отдельно друг от друга.

В конце XX в. увеличилось количество научных исследований и трудов в сфере экономического дискурса: В. Н. Рогожникова, Т. Г. Добросклонская, Е. Г. Петушинская, Е. О. Шибанова, Н. Ю. Бородулина, Н. К. Кравченко Л. В. Балашова, Т. А. Евтушина, Н. А. Ковальская, К. В. Томашевская, И. В. Мурадян. Многие научные деятели рассматривают репрезентацию экономического дискурса сквозь призму метафорических приращений, интересуются разнообразными

жанрами экономического дискурса, изучают текст как социокультурное явление, рассматривают толкование современных экономических контекстов. Поэтому с уверенностью можно утверждать, что экономический дискурс является не только значимым в данное время, но и интересным современному читателю [3, 43].

Рассматривать лексему «экономика» следует на примере современных медиатекстов, которые составляют концепт данного понятия. Медиатекст представляется как способ мышления современных людей и выявляет их коммуникативную функцию, которая реализуется при помощи интернета, радиовещания, печати, телепередач, комментариев, дискуссий [4, 131]. Медиатексты способны мотивировать широкие массы людей к определенным действиям, вносить коррективы в мировоззрение людей, приводя в пример правдивые доводы, интересные факты и правдивые доказательства.

Актуальность данной темы обуславливается необходимостью в изучении экономической картины мира современного человека, а также ее лексического воплощения. Исследование экономического дискурса невозможно без изучения социума и индивидуальной личности. Данная тема интересна тем, что все процессы, происходящие в жизни человека, находят реализацию в жанрах экономического дискурса [5, 8].

Материалом для нашего исследования являются общественно-политические газеты и интернет-источники: «Московский комсомолец», «Коммерсант», Lenta.ru, «Известия», «Комсомольская правда», «Парламентская газета», собранные в Национальном корпусе русского языка [6].

Цель нашего исследования — проанализировать и выявить специфику концептуализации лексемы «экономика», сравнить количество контекстов с нейтральными, положительными и отрицательными значениями лексемы *экономика*, а также выбрать и посчитать количество употребления этой лексемы в периоды: с 2000 г. по 2011 г.; с 2012 г. по август 2023 г.

Проведя анализ медиатекстов, мы можем утверждать, что за 2000–2011 гг. встречается 109 контекстов, содержащих лексику *экономика*, а за 2012 г.— август 2023 г.— 1192 контекста. Отмечая превалирование использования контекстов с лексемой *экономика*, мы можем говорить о явном интересе социума к предмету современной экономической науки в последнее десятилетие, примерами чему служат выдержки из современных медиатекстов: «Почему **экономика** оживает, а уволенных становится все больше»; **Экономика** пока сохраняет риски коронакризиса»; «Углеродная **экономика** в ближайшие 30 лет точно будет определять всю энергетическую повестку»; «Набиуллина рассказала о вызовах, с которыми столкнется российская **экономика**»; «Российская **экономика** признана неконкурентоспособной» [6].

Все примеры с лексемой *экономика* можно разделить на три вида: отрицательные, положительные и нейтральные. За период с 2000 по 2011 гг.: положительных контекстов — 7%, отрицательных контекстов — 5%, а нейтральных — 88%. За период с 2012 г. по август 2023 г.: положительных — 27%, отрицательных контекстов — 16%, а нейтральных — 43%. Поэтому мы можем утверждать, что с каждым годом увеличиваются имплицитные подтексты лексемы «экономика» как с положительной оценкой, так и с отрицательной. Журналисты и деятели рекламы вкладывают в лексику «экономика» все новые смыслы, что увеличивает заинтересованность читателей в целом.

Большинство контекстов приходится на «Парламентскую газету», поэтому мы считаем уместным привести примеры, ссылаясь именно на этот источник. В 2020–2021 гг. большое значение уделяется экономике с позиций выхода из «коронавирусного кризиса», пандемии. Поэтому возникает ассоциативный ряд: *экономика* — *кризис* — *коронавирус* — *пандемия*. Данная тематическая группа находит свое воплощение в речи журналистов и политических деятелей, данный факт освещает «Парламентская газета»: «Долгов: **экономика** России легче «перенесла» **пандемию**, чем другие страны»; «Орешкин: к концу года **экономика** полностью восстановится после **коронавируса**»; «Набиуллина: **экономика**

России может достичь **допандемического уровня** к концу года»; «Володин: **экономика** России оказалась более защищенной от **COVID-19**, чем у других стран» [6]. В приведенных примерах пандемия сравнивается с кризисом, из которого *экономика* постепенно выходит.

Всевозможные виды статей в сфере экономики реализуют *популярный экономический дискурс*, так как здесь уделяется внимание определенным процессам экономической концептосферы (рынок, рубль, торговля, девальвация, биржа, доллар, евро, инвестиции, фонд, кризис, инфляция, покупатель) [7, 7]. Экономический дискурс представляет собой непрерывный процесс, частью которого является контекст. Анализ подобранных примеров позволяет выявить специфику когнитивного процесса речевого производства и сделать определенные выводы в сфере экономического дискурса. Статьи популярного экономического дискурса выполняют все функции медиатекста: образовательную, идеологическую, информативную, рекламную, развлекательную [8, 32].

Информативная функция заключается в том, что журналисты и политические деятели рассказывают о событиях в мире экономики, состоянии экономики в разных странах: «**Экономика** России завершила восстановление, заявил Решетников» [6]. Устойчивые сочетания слов создают непосредственность и живость описания, придают образность речи [9, 49]. Важной чертой экономических текстов является сочетание высоких книжных и разговорных слов и оборотов.

Рекламная функция связана с массовым воздействием на аудиторию с целью убеждения приобрести те или иные товары или воспользоваться определенными услугами. *Идеологическая функция* заключается в том, чтобы представить массовой аудитории экономические события с точки зрения экономической идеологии. *Образовательная функция* является функцией понимания и изучения экономических понятий и терминов. Тексты, имеющие *развлекательную функцию*, содержат необычные данные, курьезные случаи и интересные факты. Изучая концептосферу лексемы *экономика*, можем утверждать, что все эти функции имеют место в данной научной области: *экономика пошла на поправку, экономика рухнула, теневая экономика, хорошая экономика, экономика идет на спад, рост экономики, движение экономики, экономика восстановилась* [6]. Многие жизненные ситуации задают темы экономическим медиатекстам [10, 71].

Проведя анализ газетного материала за 2000 г.— август 2023 г., мы пришли к следующим выводам:

Анализ материалов за 2000 г.— август 2023 г. позволяет установить растущую актуальность понятия «экономика», становятся актуальными разноплановые семантические контексты. Фразеологические сочетания с лексемой «экономика» интерпретируются с новыми имплицитными смыслами.

Изучив отношение к понятию «экономика» в текстах данного периода, можно говорить об увеличении положительных и отрицательных имплицитных смыслов в газетном дискурсе, что определяет увеличение интереса носителей языка к данной лексеме и представление ее в разных репрезентациях.

Несмотря на уменьшение контекстов с нейтральной коннотацией сохраняется большое количество текстов с лексемой «экономика», которые носят образовательную и информативную функцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. — М., 1935–1940. — Т. 4.
2. Рогожникова В. Н. Язык современной экономической науки: подходы к изучению / В. Н. Рогожникова // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. — 2022. — Т. 14. — Вып. 4. — С. 7–23.
3. Евтушина Т. А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования / Т. А. Евтушина, Н. А. Ковальская // Вестник Челябинского государственного университета. — 2014. — № 6 (335). Филология. Искусствоведение. Вып. 88. — С. 42–46.
4. Исаева Л. А. Динамика концептуализации лексемы «реклама» в русской языковой медиакартине мира (на материале газетных текстов 2011–2021 гг.) / Л. А. Иса-

ева, Е. Н. Остапенко // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. — 2021. — Т. 163, кн. 4–5. — С. 129–137.

5. Томашевская К. В. Экономический дискурс современника в его лексическом представлении: автореферат диссертации доктора филологических наук / К. В. Томашевская. — СПб., 2000. — 31 с.

6. Национальный корпус русского языка — Режим доступа: [https:// www.ruscorpora.ru](https://www.ruscorpora.ru) (дата обращения: 24.09.23).

7. Петушинская Е. Г. Язык популярного экономического дискурса (на материале англоязычной публицистики): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Г. Петушинская. — М., 2008. — 27 с.

8. Добросклонская Т. Г. Медиатекст: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2005. — № 2. — С. 28–34.

9. Петушинская Е. Г. Популярные экономические статьи как способ передачи информации массовой аудитории / Е. Г. Петушинская // Российский внешнеэкономический вестник. — 2011. — № 5. — С. 47–51.

10. Абдулла В. Л. Особенности значения и употребления экономических терминов в текстах СМИ / В. Л. Абдулла // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2014. — № 4. — С. 65–72.

Кубанский государственный университет
Нехорошева О. А., аспирант
E-mail: vasilega.oksana@yandex.ru

Kuban State University
Nekhorosheva O. A., Postgraduate Student
E-mail: vasilega.oksana@yandex.ru

СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ТЕНДЕНЦИЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ КОНТЕНТА

В. Ф. Олешко

Уральский федеральный университет

В. М. Журавлева

Медиафрилансер, г. Екатеринбург

Поступила в редакцию 20 сентября 2023 г.

Аннотация: в статье представлены результаты исследования, в рамках которого были проанализированы материалы социальной тематики, опубликованные в массмедиа макрорегиона Большой Урал с 1 марта 2022 года по март 2023 года. Обращаясь к конкретным публикациям одного из объектов исследования — сетевого издания «ЕАН», авторы делают ряд системных выводов, в том числе о необходимости более активного внедрения в журналистскую практику сквозных цифровых технологий. **Ключевые слова:** социальная журналистика, контент, аудитория, диалог, эффективность медиадеятельности.

Abstract: the article presents the results of a study in which materials on social topics published in the mass media of the Greater Urals macro-region from March 1, 2022 to March 2023 were analyzed. Referring to the specific publications of one of the objects of research — the online publication “ЕАН”, the authors draw a number of systemic conclusions, including the need for more active introduction of end-to-end digital technologies into journalistic practice.

Keywords: social journalism, content, audience, dialogue, effectiveness of media activities.

Проблема и актуальность исследования. Трансформационные процессы Новейшего времени затронули все без исключения сферы. В первую очередь это касается, конечно, изменений векторов социальной политики [1] и развития цифровых технологий [2]. Впрочем, вторжение последних в повседневную жизнь людей видоизменяет и роль всех видов медиа. Не только традиционные СМИ и все другие типологические группы массмедиа, повсеместно транслирующие сегодня контент прежде всего при посредстве глобальной Сети, но и социальные сети, мессенджеры, многократно ускорившие динамику информационных процессов, всё больше видоизменяются в сторону субъектов, формирующих у человека или представителей социума в целом картину мира [3]. Тем самым позиция человека в цифровом обществе, как свидетельствуют исследования [4], всё чаще отражает парадоксальность его существования на грани реального и виртуального.

Логично, что в этих условиях возникает много вопросов по поводу того, как должен видоизмениться и социальный институт журналистики? И если процессы конвергенции СМИ, влияния технологий на творческие компоненты деятельности журналистов изучаются достаточно системно и именно в контексте рекомендаций прикладного характера,

то проблематика социальной сущности профессиональных интенций вызывает немало противоречивых дискуссий как в среде исследователей [5], так и медиапрактиков [6].

При этом «базовое понятие следует отграничить от сходных по звучанию названий, производных от латинского *socio*, — отмечает М. А. Бережная. — К ним, в частности, относится социальная журналистика, представляющая собой освещение проблем социальной сферы в свете специфической профессиональной идеологии» [7, 19]. Вместе с тем «взгляд на журналистику и медиа сквозь призму социальной открытости открывает дополнительные возможности изучения их социального функционирования. В сущности, в социальности выражается их интегративное воздействие на общество» [8].

А поскольку нормы, ценности, обычаи, традиции, нравы и законы социального изменяются по мере развития трансформационных процессов внутри общества, то современные массмедиа, что называется, по умолчанию должны не только отражать, но и формировать всеми имеющимися у них средствами актуальную для индивидов социальную повестку дня как один из элементов, в большей или меньшей степени соотносимый с их картиной мира.

Результаты исследования. Нами было проведено исследование, в рамках которого были проанализированы материалы социальной тематики, опубли-

кованные в массмедиа макрорегиона Большой Урал с 1 марта 2022 г. по март 2023 г. Методом мониторинга с использованием *Big Data* на первом этапе были выделены 185 текстов, в частности, контент газет «Комсомольская правда-Урал», «Областная газета» (г. Екатеринбург), сетевого издания «ЕАН — Европейско-Азиатские новости», портала «66.RU» и некоторых других. Затем методом контент-анализа мы изучили 48 из них. Единицами анализа, свидетельствующими, на наш взгляд, об эффективности журналистской работы в рамках реализации принципов социальной журналистики, были выбраны следующие: полноценное формулирование и раскрытие проблематики в материале; вовлеченность читателя в данную тему; креативность и методологическая проработанность подходов к сбору и обработке информации; использование для творческой деятельности возможностей новых информационных технологий; и, наконец, результативность данной публикации.

Поскольку объем полученного в рамках исследования материала слишком большой, поэтому в данной статье мы представляем анализ публикаций социальной тематики лишь одного массмедиа — «ЕАН — Европейско-Азиатские новости».

Официально зарегистрировано данное массмедиа было 14 мая 1992 г., но сайт у издания был запущен только в 2008 г. Основная задача «ЕАН» формулируется как своевременное информирование жителей уральского региона о наиболее важных событиях, которые так или иначе, затрагивают повседневную жизнь граждан. Таким образом, команда «Европейско-Азиатских новостей» отражает новостную повестку Свердловской, Тюменской, Оренбургской, Курганской и Челябинской областей, а также Пермского края.

На сайте «ЕАН» представлены короткие новостные заметки, репортажи, интервью, а также аналитические материалы самой разной тематики: политическая повестка, криминал, культура и развлечения, туристический спектр, а также отдельное внимание уделяется социальной тематике. Основным принципом работы журналистов этого СМИ, как указано на официальном сайте (<https://eanews.ru>), «публикация достоверной информации, а также обязательное присутствие обеих сторон в любом конфликте».

В марте 2022 г. в издании запустили серию материалов о простых жителях Екатеринбурга, которые вкладывают силы в воспитание и образование молодежи. Первой публикацией из этой серии стало развернутое и подробное интервью с Сергеем Шунеевым под громким заголовком «От воровства — к волонтерству и спорту»: как Батя с окраины Екатеринбурга перевоспитывает трудных подростков». Таким образом, именно из заголовка мы понимаем, что речь пойдет о человеке, который в меру своих возможностей решает проблему социального сирот-

ства — проблемы, при которой дети имеют кровных родителей, но по каким-то причинам с их стороны нет должного воспитания и заботы.

Вместе с тем стандартное интервью в формате «вопрос-ответ» является не самым удачным выбором жанра для социальной тематики, так как не позволяет решать, к примеру, задачи аналитического характера. Читателям представляют исключительно положительную характеристику главного героя публикации, но опять же в сугубо перечислительном виде. То есть вовлеченность аудитории реализована через заголовочный комплекс, но социальный характер проблематики не подтвержден в дальнейшем креативностью по сбору и обработке некоей уникальной информации. Хотя косвенно мы можем понять, что в данном муниципальном образовании, кроме героя, никто не озабочен судьбой как детей из неблагополучных семей, так и вообще проблемой внешкольного воспитания. Характерные цитаты: «Подросткам попросту нечем заняться. У нас есть спортивная школа в районе, но занятия стоят около 350 рублей. Где взять деньги простой семье, в которой...»; «Детям даже кушать иногда нечего. Приходят, просят: "Батя, займи тысячу"». Главный герой текста не просто заинтересован в решении назревших проблем, а уже их решает. К примеру, на безвозмездной основе организовал тренировки по футболу в детском доме, взялся за воспитание подростков, прививая им принципы тимуровцев нашего времени, помогающих ближним. Используя возможности цифровых технологий, авторы могли бы обобщить примеры волонтерства в социальной среде, а также использовать мультимедийные возможности текстов. В итоге же, формулирование социальной проблематики даже этого городского района без конкретных данных и лишь с опорой на слова интервьюируемого, при всем уважении к герою, в целом свидетельствует о низкой результативности публикации. А ведь результатом проделанной журналистами работы, что выясняется только в финальных строках, должен был по идее стать массовый отклик читателей, волонтерских организаций, властей региона, чтобы у воспитанников АНО «Дети улицы», которое зарегистрировал герой, как минимум появилось помещение, а как максимум — у Сергея Шунеева появились бы последователи.

Серия публикаций социальной тематики «ЕАН» была посвящена также важнейшей проблеме не только Свердловской области, но и всей России в целом — проблеме бездомных животных. Ее можно отнести к группе социально-экологических проблем современности. Если изучить статистику, то еще в 2021 г. на территории России, как сообщает ТАСС со ссылкой на данные компании Mars Petcare, проживало 4,1 миллиона бездомных собак и кошек (<https://tass.ru/obschestvo/12947457>). По данным фонда «Общественное мнение» за апрель 2022 г., 35% опрошенных рос-

сиян ответили, что количество бродячих собак в их населенном пункте не изменилось, еще 27% заявили, что их стало больше, и только 13% респондентов сообщили, что бродячих животных в округе стало меньше (<https://fom.ru>). То есть актуальность темы несомненна, поэтому «ЕАН» выделили для публикаций целый раздел. На сайте он носит название «Что делать с бродячими собаками: перезагры(у)зка», что говорит о том, что команда информагентства заинтересована в решении проблемы.

Контент-анализ 17 публикаций, вышедших за анализируемый период, свидетельствовал, что журналисты в подавляющем большинстве из них ограничивались информационными сообщениями о громких событиях по данной теме. Например: «Чипированные собаки искусили ребенка в Нижневартовске», «Вы не устали лгать? Жители челябинского города просят достроить приют для бездомных животных» и др. При анализе второго текста выясняется, что у автора на момент его создания прямой коммуникации с жителями не происходило. Вместо этого журналист приводит уже опубликованную цитату жительницы Катав-Ивановска в социальной сети «ВКонтакте». Заметим, что пост был сделан не анонимно, поэтому возможность связаться с автором высказывания имела. Это говорит опять же о недостаточной вовлеченности в тему. В публикации лишь приведена достаточно резкая и эмоциональная цитата жительницы, которая возмущена положением дел со строительством приюта для бездомных собак. Разумеется, ни анализа ситуации в целом по области или региону произведено не было. Поскольку материалы этого раздела характеризовались лишь как информационные, то они вызывали у читателей лишь чувства эмоционального сопереживания, иногда страха, сострадания, опасений за себя и ближних, но гораздо реже — мотивации подключиться к решению данной проблемы. Но в этом случае даже редакция ничего не сообщала о принятых мерах.

Хотя, например, к решению другой социально-экологической проблемы — переполненных свалок — редакция подошла по-иному, реализовав практически все вышеназванные нами доминанты, характеризующие эффективные тексты. Во-первых, публикация «Житель пригорода Екатеринбурга пытается бороться со свалкой под окнами» характеризует максимальную включенность представителя аудитории СМИ, поскольку это история жителя поселка Малый Исток. Сергей Рябков был крайне возмущен тем, что около его частного дома возникла незаконная свалка, и, не смирившись с ситуацией, он провел собственное расследование, выяснив, какая именно компания сваливала мусор под его окнами, обратившись затем с жалобами в отдел полиции и в другие органы.

Журналисты же получили и опубликовали вместе с мультимедийным контентом официальные комментарии всех сторон конфликта и экспертов.

Придав общественную огласку резонансному и вместе с тем типичному случаю, «ЕАН» не только ускорили работу по устранению нарушения путем привлечения внимания официальных лиц, но и указали на конкретные шаги для разрешения подобных социальных конфликтов другим жителям области.

Метод включения представителей аудитории в число «общественных защитников» был неоднократно реализован журналистами «ЕАН» и при освещении проблем ветхого и аварийного жилья, реновации и ряда других. Это нашло отражение, к примеру, при развенчивании «уток» по поводу расширения числа мобилизационных мероприятий СВО и невыполнения обязательств перед воинами (https://eanews.ru/news/mobilizovannykh-sverdlovchan-bez-podgotovki-srazu-otravlyayut-na-donbass-video_29-09-2022), освещения проблемы вымогательства и взяточничества со стороны иностранных пограничников на пунктах пересечения границ с Казахстаном и Грузией. В последнем случае о результативности нескольких публикаций от очевидцев и «первых лиц» свидетельствовал общественный резонанс по поводу нарушения прав человека. Очень резонансными, судя по ответам официальных лиц и реакции аудитории, были также публикации с реальными историями, представленными фондом «Дети России», который организывает в Свердловской области «Игры победителей» — спортивные состязания для детей, победивших онкологические заболевания (https://eanews.ru/news/srazhayetsya-v-shakhmaty-i-risuyet-anime-istoriya-yunogo-yekaterinburzhitsa-pobedivshego-rak_15-02-2023).

Заключение. Социальная тематика, а в идеале в целом социальная журналистика в силу прямого влияния данного рода контента на интегративные характеристики общества должны быть важнейшим элементом современной медийной деятельности. Цифровая эпоха предопределила ряд задач, не решая которые, журналистам (в соперничестве с блогерами и другими субъектами информационной деятельности) трудно добиваться не только внимания массовой аудитории, но результативности в разрешении проблемных или конфликтных ситуаций. Проведенный авторами контент-анализ и иллюстрирование его результатов обращением к конкретным публикациям одного из объектов исследования — сетевого издания «ЕАН» позволяет сделать ряд системных выводов. Во-первых, степень актуальности той или иной социальной темы сегодня во многом определяется её представленностью в социальных сетях и мессенджерах. Но вот региональную «привязку», столь значимую для конкретных групп аудитории, невозможно сегодня качественно осуществить как без использования сквозных цифровых технологий (*Big Data*, роботы-поисковики), так и без мультимедийного контента, повышающего степень доверия к транслируемым текстам. Во-вторых, результатив-

ность публикаций социальной тематики предопределяется в цифровую эпоху как прямым обращением к тем или иным властным структурам, так и широким распространением текстов в случае их эксклюзивности на площадках «дружественных» массмедиа с сохранением ссылок на бренд первоисточника. В-третьих, активное использование интерактивного потенциала данных текстов как следствие также повышает их эффективность в расширении диалоговых отношений с реальной и потенциальной аудиторией медиа, а также позволяет преодолеть кризисные явления восприятия её представителями объемных публикаций неинформационных жанров. Наш анализ показал, что таковые в анализируемый период составляли менее 30 процентов от общего объема. В-четвертых, узость жанровой палитры публикаций социальной тематики, достаточно редкое использование «регионалами» таких популярных у молодежи в подаче федеральных массмедиа жанров, как иммерсивный репортаж, Life Story, лонгпад и др., свидетельствует о пробелах в профессиональной подготовке журналистов. И, наконец, в-пятых, эти и другие векторы развития социальной журналистики ставят новые задачи и перед исследователями сферы массмедиа. Расширенное относительно недавно направление подготовки диссертаций (5.9.9 — Медиакоммуникации и журналистика), как мы видим, предполагает, что именно технологический аспект должен сегодня быть одним из центров научных исследований. Следовательно, филологическая наука, в рамках которой происходит подавляющее число защит кандидатских и докторских диссертаций, становится всё более междисциплинарной, что соответствует, к слову, утвержденному паспорту

специальности ВАК РФ. Но это и накладывает ответственность по поводу прикладной значимости работ учёных цифровой эпохи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фролова Т. И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге / Т. И. Фролова. — М., 2003.
2. Зарубина Ю. Н. Социальные проблемы современного общества / Ю. Н. Зарубина, Е. А. Серова. — Ярославль, 2018.
3. Тулупов В. В. Репутация СМИ и доверие к журналистике / В. В. Тулупов // Социально-гуманитарные знания. — 2019. — № 8. — С. 48–51.
4. Мамедова Н. М. Человек в эпоху цифровизации: на грани реального и виртуального / Н. М. Мамедова // Век глобализации. — 2021. — Вып. № 3 (39). — URL: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/3029030/> (дата обращения 20.09.2023 г.)
5. Крашенинникова М. А. Традиционные СМИ и социальные медиа: диалектика социальных конфликтов (2021–2022) / М. А. Крашенинникова, Э. С. Никольская // Вестник Моск. ун-та. — Серия 10. Журналистика. — 2022. — № 5. — С. 103–135.
6. Гульбинский Н. Почему российская журналистика сегодня не интересна ни власти, ни обществу / Н. Гульбинский // Независимая газета. — 2019. — 21 января.
7. Бережная М. А. Социальная журналистика: аспекты комплексной подготовки студентов / М. А. Бережная // Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы. — СПб., 2014.
8. Корконосенко С. Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы / С. Г. Корконосенко // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9. — № 3. — С. 426.

Уральский федеральный университет.

Олешко В. Ф., доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий
E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Журавлева В. М., медиафрилансер

E-mail: pps2424@mail.ru

Ural Federal University

Oleshko V. F., Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Periodicals and Online Publications
E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Zhuravleva V. M., Media freelancer

E-mail: pps2424@mail.ru

НЕЙРОЭСТЕТИКА В МЕДИАКАМПАНИЯХ

Е. С. Радионцева

Омский государственный технический университет

Поступила в редакцию 4 октября 2023 г.

Аннотация: нейроэстетика направлена на понимание природы эстетических переживаний, когда человека эмоционально трогают произведения искусства, пейзажи, музыка. Гипотеза автора статьи заключается в том, что PR-специалисты при разработке коммуникационных кампаний используют компоненты, воздействующие на структуры мозга, мозговые центры аудитории и вызывающие эмоции. Это позволяет сблизить PR-деятельность с искусством, основанным на сотворении нового, уникального, ценного. Автор анализирует PR-кампании, представленные «Медialogией» в ежегодном исследовательском проекте «Инфоповод года», выявляет в них потребности, влияющие на эстетическую оценку проектов. В работе автор опирается на классификацию потребностей, разработанную П. В. Симоновым, специалистом по экспериментальной нейрофизиологии эмоций и проблемам высшей нервной деятельности, чей подход транслируется специалистами в области нейроэстетики. Анализ показал, что PR-менеджеры при разработке проектов активно используют эстетические компоненты, вызывая процессы ощущения, понимания и оценки. Внедрение в PR-проект эстетических компонентов позволяет сблизить коммуникационную кампанию с произведением искусства, сделать ее запоминающейся, вызывающей эмоциональный отклик.

Ключевые слова: нейроэстетика, эстетические потребности, информационный повод, PR-деятельность, медиакампания.

Abstract: neuroaesthetics is aimed at understanding the nature of aesthetic experiences when a person is emotionally touched by works of art, landscapes, and music. The author's hypothesis is that PR specialists, when developing communication campaigns, use components that affect the brain structures of the audience and evoke emotions. This allows us to bring PR activities closer to art, based on the creation of something new, unique, and valuable. The author analyzes the PR campaigns presented by «Medialogia» in the annual research project «Information News of the Year», identifying their needs that influence the aesthetic assessment of projects. In the work, the author relies on the classification of needs developed by P. V. Simonov, a specialist in experimental neurophysiology of emotions and problems of higher nervous activity, whose approach is translated by specialists in the field of neuroaesthetics. The analysis showed that PR managers actively use aesthetic components when developing projects, causing processes of sensation, understanding and evaluation. The introduction of aesthetic components into a PR project makes it possible to bring a communication campaign closer to a work of art, making it memorable and evoking an emotional response.

Keywords: neuroaesthetics, aesthetic needs, informational occasion, PR activities, media campaign.

Введение. Нейроэстетика как наука использует инструменты психологии и нейробиологии, чтобы понять природу эстетических переживаний, навеянных произведениями искусства или красотой природы. Термин «нейроэстетика» был введен в 1999 г. британским нейробиологом Семиром Зеки. Исследователь определил, что многие зрительные явления, приписываемые глазу, на самом деле происходят в коре головного мозга [1]. Художник в некотором смысле, как и нейробиолог, исследует потенциал мозга и его возможности, только используя другие приемы. Каким образом произведения искусства могут пробудить эстетическое переживание, это явление может быть полностью осмыслено только в нейробиологических терминах. Понимание этого процесса сейчас представляется вполне посиль-

ным современной нейронауке, утверждает С. Зеки [2]. «...Нейроискусство, как и нейроэстетика, стала частью творческого процесса музыкантов, дизайнеров, кинематографистов...» [3, 25].

Безусловно, она стала и частью творческой деятельности PR-специалистов, стремящихся вызвать эстетическое переживание у аудитории, сформировать эмоции, которые позволят вовлечь человека в проект, приобщить к системе ценностей компании. PR-деятельность во многих своих проявлениях близка к искусству: для отражения миссии и целей компании часто выбирают творческие формы выражения, которые коррелируют с ее ценностями и преломляется в создании уникальных PR-продуктов, близких по эстетическому воздействию к предметам искусства.

«Одна из значимых идей гуманитарных наук заключается в понимании особой роли искусства, кото-

рое способно вызвать ощущения и чувства, которые другие объекты вызвать не могут» [3, 25]. Насколько близок PR к искусству? Можно ли говорить о том, что по-настоящему удачные PR-проекты — это реализация творческого потенциала команды, направленного на создание продуктов, отождествляемых с произведениями искусства? Где проходит та зыбкая граница, которая позволяет отделить креатив в PR-деятельности от подлинного искусства?

Нейроэстетика стала предметом осмысления как разных фундаментальных наук: биологии [4, 5, 6, 7, 8], философии [9, 10], педагогики [11], так и смежных направлений: искусствоведения, гуманитарных наук [12], нейромаркетинга [13, 14]. Особого внимания заслуживают труды по медиаэстетике или эстетике в журналистике [15, 16].

Описание материала и методов исследования.

В нашем исследовании мы исходим из гипотезы о том, что специалисты PR-деятельности в своей практике активно используют инструменты нейроэстетики, чтобы придать глубину проекту, сделать его интересным для аудитории, затрагивающим их эмоции и ценности. Цель нашего исследования — показать, что уникальные коммуникационные кампании построены на эстетических принципах и направлены на удовлетворение потребностей человека.

В качестве эмпирической базы для анализа послужили открытые данные о крупнейших российских PR-проектах компании «Медиалогия». «Медиалогия» — авторитетный и признанный эксперт в мониторинге и анализе СМИ и аккаунтов социальных медиа. Согласно информации, представленной ею на официальном сайте (<https://mlg.ru>), свой контент «Медиалогии» поставляют более 80 тыс. издателей федерального и регионального уровней. «Медиалогия» автоматически мониторит около 250 платформ — это более 500 тыс. сообщений СМИ и 100 млн. сообщений соцмедиа в сутки. С 2015 г. «Медиалогия» стала представлять в открытых источниках информационные поводы, вызвавшие наибольший резонанс в СМИ [17, 319]. В фокусе нашего внимания — информационные поводы 2022 г. Именно они и станут объектом нашего анализа, а предметом — эстетический компонент проектов.

В качестве основы нейроэстетического подхода в статье рассматривается концепция Павла Васильевича Симонова (урожд. Станкевич) (1926–2002), специалиста по экспериментальной нейрофизиологии эмоций, проблемам высшей нервной деятельности, чьи труды обрели популярность до появления понятия «нейроэстетика» [18]. Подход П. В. Симонова сегодня активно транслируется современными исследователями нейроэстетики [19].

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Согласно теории П. В. Симонова, эмоции определяются актуальной потребностью и оценкой веро-

ятности ее удовлетворения, причем процесс оценки разворачивается непроизвольно, неосознанно и автоматически (в этом отличие эмоциональной реакции от сознательного решения). Ученый говорил о пяти основных функциях эмоций. *Оценочная, или отражательная*, проявляется в том, что индивид оценивает значимость событий или ситуаций внутри или вне себя, свои возможности, действия и результаты деятельности. *Предвосхищающая, или упреждающая*, функция проявляется в том, как человек переживает ожидание предстоящих событий. *Мотивирующая, или побуждающая*, направлена на генерирование активности, необходимой для достижения цели; в отдельных случаях эта функция побуждает человека изменить свое поведение. *Мобилизующая* функция обеспечивает прилив энергии для достижения результата. *Подкрепляющая* функция направлена на подтверждение степени соответствия цели намеченному результату. Именно она закрепляет в памяти все то, что важно и полезно, что помогло достичь цели.

Для появления эмоций необходимо несколько составляющих: внезапность, необычность и новизна. Именно поэтому PR-кампании не могут полностью совпадать: они утратят новизну, не смогут вызывать эмоций и обесценятся. Суть теории П. В. Симонова представлена в формуле, которая отражает процесс возникновения эмоций.

$$Э = П * (Ин - Ис),$$

где:

Э — эмоция;

П — сила и качество актуальной потребности;

Ин — информация о средствах, времени и ресурсах, теоретически необходимых для удовлетворения потребности;

Ис — информация о средствах, времени и ресурсах, которые в данный момент есть у человека в распоряжении;

Ин — Ис — оценка возможности удовлетворения потребности с учетом имеющегося опыта (генетического и приобретенного).

Нельзя не учитывать факторы, влияющие на эмоции. Большое значение среди них имеют индивидуальные особенности человека (мотивационная, волевая, эмоциональная сферы), временной фактор (продолжительность эмоционального состояния, носит ли оно аффективный характер или проходит быстро), качественные характеристики потребности (например, духовная или социальная составляющие).

Существует закономерная зависимость эмоций от испытываемой потребности и анализа вероятности ее удовлетворения.

Многие компоненты формирования эмоции сосредоточены в психике человека, поэтому они не попадают в фокус нашего внимания. В своем исследовании

мы будем опираться на объективные данные, обратимся к потребностям, на удовлетворение которых направлен PR-проект, посмотрим, что позволяет дать человеку PR-среда для пополнения эмоционального фонда и формирования эмоционального потенциала.

В своих исследованиях П. В. Симонов выделял три вида потребностей:

1. Витальные или «жизненно необходимые».

2. Зоосоциальные, связанные с внутривидовым взаимодействием.

3. Потребности саморазвития, «направленные в будущее».

Все виды потребностей он выделял, исходя из наличия физиологического субстрата мозга, а точнее — конкретного отдела или части подсистемы, отвечающих за представленные выше функции. Он полагал, что существуют врожденно заданные поведенческие программы, для каждой из которых «выделены» свои мозговые центры.

Витальные потребности присущи человеку как представителю биологического вида. Это потребность в пище, воде, сне, продолжении рода, в защите от внешних опасностей. Сюда же относится и важнейшая потребность в экономии сил, побуждающая затрачивать на достижение цели минимум усилий. Потребность в экономии сил инициирует изобретательность и совершенствование технологии.

В перечень витальных потребностей входят питьевые и пищевые желания, пассивно-оборонительные, основанные на страхе и тревожности, активно-оборонительные, связанные с агрессией; гомеостатические, основа которых — дыхание, кровообращение, терморегуляция, сон, бодрствование; экономия сил, или «рефлексы лени», и так называемый груминг, или «уход за телом».

Среди российских компаний реального сектора экономики, реализующих PR-проекты, относительно немного коммуникационных медиакампаний, построенных на удовлетворении витальных потребностей.

К таковым следует отнести проект Совкомбанка о начале эксперимента с четырехдневной рабочей неделей (инфоповод-2022; сегмент «Финансы»; количество сообщений — 347; медиаиндекс — 6192). Инициатива банка была направлена на ограниченный круг сотрудников — IT-специалистов и топ-менеджеров, способных работать на удаленном формате. Напомним, что с идеей сократить рабочую неделю в России до четырех дней выступил Дмитрий Медведев, когда был главой Правительства РФ. Летом 2019 г. он высказался о необходимости переосмыслить подход к организации труда в стране. В феврале 2021 г. он снова озвучил эту идею, подчеркнул, что пандемия коронавируса сделала ее актуальной вновь. В Министерстве труда РФ тогда заявили, что предпосылок для отказа от пятидневной рабочей недели в России нет, в стране внедряется альтернативный режим работы — удаленная занятость.

Совкомбанк откликнулся на идею в режиме эксперимента и распространил информацию об этом в СМИ и соцмедиа. Потребность людей в экономии трудовых усилий вызвала хороший общественный резонанс, широкий круг разных типологических сегментов СМИ откликнулся на инфоповод.

Зоосоциальные потребности, согласно концепции П. В. Симонова, связаны с желанием принадлежать к определенной социальной группе и занимать в ней то или иное место, пользоваться уважением, вниманием и любовью со стороны других людей. Чрезвычайно важна потребность следовать нормам, принятым в сообществе, без соблюдения которых оно было бы невозможно. Эту потребность часто сравнивают с необходимостью в идеологии в широком смысле слова, нормирующей удовлетворение биологических, социальных и духовных потребностей.

В перечень зоосоциальных потребностей попадают половые потребности; материнское, родительское поведение; детское поведение, отражающееся в стремлении к контакту с родителями; так называемое территориальное поведение, фокусом которого является защита от перенаселения; иерархическое поведение, выражающееся в стремлении к лидерству и реакции соперничества, когда происходит «перенос» на себя эмоций, испытываемых другими людьми.

В широком смысле слова все PR-кампании, отмеченные «Медиалогией» в номинации «Инфоповод года», реализуют зоосоциальную потребность, прослеживающуюся в роли лидера в том сегменте, в котором предприятие реализует свой PR-проект. Каждая организация здесь претендует на особый вклад в решение социальных проблем, попавших в фокус ее внимания. Озабоченность теми или иными социальными вопросами, попытка зафиксировать фокус ее внимания, предложить свой вариант решения проблемы — это ли не вклад предприятия в удовлетворение зоосоциальной потребности, присущей компании как субъекту анализа? Это ли не приобщение к эстетическому полю восприятия действительности?

В узком смысле зоосоциальная потребность представлена в отдельных инфоповодах. Пример — проект ТД «Далини», когда предприниматель из Набережных Челнов был готов передать на однодневное руководство свою компанию школьнику (инфоповод-2022; сегмент «Ретейл»; количество сообщений — 19; медиаиндекс — 130).

Здесь мы наблюдаем реализацию родительских потребностей, когда депутат Горсовета Набережных Челнов, собственник группы компаний «Далини», занимающейся грузоперевозками и продажей запчастей, предоставил пятикласснику, самому активному, на его взгляд, члену проекта «Фабрика предпринимательства» с участием бизнесмена, возможность на один день возглавить предприятие. Родитель-

ская потребность, транслируемая в текстах, реализована предпринимателем в доверии, в высокой оценке потенциала ребенка, в предоставлении ему новых возможностей, с опекой и заботой со стороны «родителя».

Иной аспект зоосоциальной потребности — потребности в сопереживании — реализован в проекте Delivery Club и заключается в том, что курьеры компании готовы помогать отряду «Лиза Алерт» в поисках пропавших людей (инфоповод-2022; сегмент «Ретейл», количество сообщений — 126; медиаиндекс — 1946). Реализация коллаборационного проекта вызвана сочувствием и сопереживанием к людям, чьи родные и близкие пропали без вести.

Пример реализации зоосоциальной потребности представлен в PR-проекте медиакампании ГК «Кортрос»: школьников из Академического района Екатеринбурга будут готовить для поступления в МГИМО (инфоповод-2022; сегмент «Недвижимость»; количество сообщений — 34; медиаиндекс — 304). По инициативе главного застройщика района ГК «Кортрос» в одной из школ Академического района был создан профильный класс, в который попали 25 человек по итогам тестирования МГИМО. В нем 5 преподавателей столичного вуза должны были вести по вузовской программе дополнительные уроки по математике и английскому языку. Здесь реализована не только потребность в лидерстве у объекта, но и потребность в дополнительном внимании, заботе и развитии интеллектуального потенциала целевой аудитории PR-субъекта.

Как видим, зоосоциальный компонент, реализующийся в эстетических переживаниях человека, не просто взят на вооружение PR-специалистами, но и представлен в PR-практике. Он позволяет рассмотреть новые грани в решении социальных проблем, вызвать дополнительные эмоции которые делают реализацию проекта «ближе» к читателю.

Последний компонент в системе потребностей П. В. Симонова — *идеальные потребности, или потребности в саморазвитии*, — встречается во многих PR-проектах и коммуникационных кампаниях. Он реализуется в потребности познать себя, свое место в этом мире, понять смысл и назначение своего существования на земле. В частности, эта потребность побуждает людей создавать произведения искусства и обращаться к ним.

Потребность саморазвития представлена в исследовательской деятельности, направленной на сбор и систематизацию информации, удовлетворение здорового любопытства; в подражательной деятельности; в преодолении ограничений и реализации «рефлекса свободы», а также в формировании игровой деятельности.

К PR-проектам, связанным с реализацией идеальной потребности, можно отнести коммуникационную кампанию РВІ «Бывший хлебозавод в Петро-

градском районе стал культурным пространством» (инфоповод-2022; сегмент «Недвижимость»; количество сообщений — 40; медиаиндекс — 497). Группа РВІ сообщила общественности, что уникальное здание, памятник эпохи конструктивизма, хлебозавод, который работал даже в года блокады, станет местом проведения общественных мероприятий. Память о подвиге хлебопеков времен Великой Отечественной войны сохраняют в «блокадной комнате». Реализация подобного проекта направлена на сохранение наследия, памяти, что позволяет связать потребность с открытием тайны и смысла существования человека.

Реализация идеальных потребностей — наиболее распространенный пример интеграции эстетических потребностей в PR-кампаниях предприятий российского сектора экономики. Приведем еще один пример. Банк ВТБ открыл в Москве центр конструктивизма «Зотов» (инфоповод-2022; сегмент «Финансы»; количество сообщений — 206; медиаиндекс — 3317). Проект финансовой структуры направлен на сохранение и развитие культурного наследия авангарда в архитектуре и связан с реставрацией центра конструктивизма «Зотов» в здании хлебозавода № 5 на Ходынской улице. Центр, как сообщают СМИ, должен был открыться выставкой, посвященной зарождению конструктивизма, а также циклом бесплатных лекций, концертов и кинопоказов для гостей. Развитие духовного пространства, предназначенного для реализации функций просвещения — это и есть реализация идеальных потребностей.

Заключение. Обращение к вопросам нейроэстетики в PR-практике медиакампаний позволяет показать, насколько близка PR-деятельность к искусству. Одна из задач произведений искусства связана с удовлетворением эстетических потребностей человека. Изначально эти потребности были признаком социальной избранности, сегодня функции искусства трансформируются, закрепляя за собой в том числе функции социального ориентира с возможностью получения новых эмоций, радости, эстетического удовольствия.

В этом смысле PR-проекты медиакампаний оказываются созвучны функциональным особенностям произведений искусства. Обращение к эстетическим потребностям человека позволяет наполнить PR-проект эмоциями и настроением, отсутствие которых привело бы к безликости и посредственности. Корреляция PR-проекта в медиа с эстетическими потребностями позволяет вывести его на новый уровень, сделать интересным, эмоционально насыщенным.

Согласно концепции эмоций нейрофизиолога П. В. Симонова, чьи труды сегодня активно цитируются и представлены в российских исследованиях по нейроэстетике, все потребности делятся на три вида: витальные, зоосоциальные и идеальные. Все

виды потребностей в разных пропорциях представлены, как мы видели, в PR-практике российских компаний реального сектора экономики в медиа. Большая часть проектов, как показало исследование, направлена на удовлетворение идеальных потребностей, чья идея связана с осмыслением своей роли и своего предназначения в этом мире. Это позволяет говорить о том, что PR-деятельность предприятий становится поведенческим эталоном, транслирующим ценности и закладывающим социальные ориентиры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Zeki S. Inner Vision: An Exploration of Art and the Brain / S. Zeki. — Oxford: Oxford Univ. Press, 1999. — 224 p.
2. Zeki S. Statement on Neuroaesthetics. Internet Archive / S. Zeki. — Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20090913082254/http://www.neuroaesthetics.org/statement-on-neuroaesthetics.php> (дата обращения: 14.05.2023).
3. Демшина А. Ю. Нейроэстетика: наука, искусство и цифровая культура XXI века / А. Ю. Демшина // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. — 2023. — № 5 (55). — С. 21–26.
4. Edward A. Vessel. Neuroaesthetics. Editor(s): Sergio Della Sala, Encyclopedia of Behavioral Neuroscience, 2nd edition (Second Edition), Elsevier, 2022, Pages 661–670, <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809324-5.24104-7>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128093245241047>).
5. Sánchez-Núñez P, Cobo MJ, Vaccaro G, Peláez JI, Herrera-Viedma E. Citation Classics in Consumer Neuroscience, Neuromarketing and Neuroaesthetics: Identification and Conceptual Analysis. Brain Sciences. 2021; 11(5):548. <https://doi.org/10.3390/brainsci11050548>.
6. Chatterjee, A. and Vartanian, O. (2016), Neuroscience of aesthetics. Ann. N. Y. Acad. Sci., 1369: 172–194. <https://doi.org/10.1111/nyas.13035>.
7. Janneke E. P. van Leeuwen — University College London; The Thinking Eye, ACAVA Limehouse Arts Foundation, London, United Kingdom. More Than Meets the Eye: Art Engages the Social Brain. Frontiers in Neuroscience, 16, 738865 — February 2022. <https://doi.org/10.3389/fnins.2022.738865>.
8. Marcus T. Pearce. Neuroaesthetics. Perspectives on Psychological Science, 11(2), 265–279 — March 2016. <https://doi.org/10.1177/1745691615621274>.
9. Dietrich, P., & Knieper, T. (2022). (Neuro)Aesthetics: Beauty, ugliness, and ethics. PsyCh Journal, 11(5), 619–627. <https://doi.org/10.1002/pchj.478>.
10. Ромащенко М. А. Нейроэстетика в поле философской рефлексии / М. А. Ромащенко, А. А. Ромащенко // Вестник Вятского государственного университета. — 2021. — № 3 (141). — С. 7–15.
11. Li, Qi, Lyu, Xin, and Liu, Xu, Aesthetic Interpretation and Exploration of Aesthetic Education Concept from the Perspective of Neuroaesthetics, 한국과학예술융합학회, vol. 41, no. 3, pp. 315–328, 2023, doi: 10.17548/ksaf.2023.06.30.315.
12. Kiyohito Iigaya, John P. O'Doherty, G. Gabrielle Starr, Progress and Promise in Neuroaesthetics, Neuron, Volume 108, Issue 4, 2020, Pages 594–596, ISSN0896–6273, <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2020.10.022>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0896627320308187>).
13. Darren Bridger, Neuro design: Neuromarketing insights to boost engagement and profitability. Publisher: Kogan Page; 1st edition (February 28, 2017). 264 pages.
14. Nemorin, S. (2018). The Emergence of Neuromarketing. In: Biosurveillance in New Media Marketing. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96217-7_3.
15. Эстетика журналистики: коллективная монография. — СПб.: Алетейя, 2018. — 252 с.
16. Загидуллина М. В. Медиаэстетика и эстетика журналистики: к вопросу о разграничении феноменов / М. В. Загидуллина // Медиа в современном мире. — 2019. — С. 150–151.
17. Радионцева Е. С. Информационные поводы: технологии выхода компаний в медиaprостранство / Е. С. Радионцева // Коммуникативные исследования. — 2023. — Т. 10. — № 2. — С. 317–333.
18. Симонов П. В. Эмоциональный мозг / П. В. Симонов. — М.: Питер, 2021. — 288 с.
19. Дубынин В. Мозг и его потребности. От питания до признания / В. Дубынин. — М.: Альпина нон-фикшн, 2023. — 572 с.

*Омский государственный технический университет
Радионцева Е. С., кандидат филологических наук, доцент
кафедры истории, философии и социальных коммуникаций
E-mail: rakaty@yandex.ru*

*Omsk State Technical
Radiontseva E. S., Candidate of Philology, Associate Professor
of the History, Philosophy and Social Communications Department
E-mail: rakaty@yandex.ru*

РАДИОВЕЩАНИЕ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ТЕЛЕСЕТИ RT: НА ПРИМЕРЕ РАДИОСТАНЦИЙ SOCHI TODAY И «РАДИО RT»

А. Н. Соломатин

Академия медиаиндустрии

Д. А. Мириманов

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 17 августа 2023 г.

Аннотация: в статье авторы анализируют ситуацию в современном нишевом радиовещании России на примере радиостанций Sochi Today и «Радио RT», транслировавших свои программы в составе телесети RT. Исследуются коммуникативные стратегии Sochi Today как первого и единственного в России вещания регионального радио на иностранном языке, созданного под конкретные спортивные события международного уровня. Вещание «Радио RT», как преемника Sochi Today, но уже на русском языке, стало знаковым событием в медийном пространстве сочинского региона.

Ключевые слова: нишевое радиовещание, телесеть RT, радиостанции Sochi Today и «Радио RT», Олимпиада в Сочи, коммуникативные стратегии.

Abstract: in the article, the authors analyze the situation in modern niche radio broadcasting in Russia using the example of radio stations Sochi Today and "Radio RT", which broadcast their programs as part of the RT television network. The article examines the communicative strategies of Sochi Today, as the first and only regional radio broadcasting in a foreign language in Russia, created for specific international sports events. The broadcasting of RT Radio, as the successor of Sochi Today, but already in Russian, has become a landmark event in the media space of the Sochi region.

Keywords: niche radio broadcasting, RT TV network, radio stations Sochi Today and "Radio RT", Sochi Olympics, communication strategies.

Постановка проблемы. В мире медийных технологий радио не теряет актуальности: оно все так же продолжает быть близким к аудитории и постоянно развивающимся средством коммуникации, укрепляет свои позиции в рейтинге актуальности и все глубже внедряется в интернет-пространство. Сложно конкурировать с радио по живучести, мобильности и близости к актуальным событиям и интересам пользователя. Формат радио удобен и доступен каждому. Он является, пожалуй, наиболее оперативным каналом получения информации. Это объясняется техническими особенностями производства и передачи данных, что позволяет слушателю быть непосредственным участником происходящего события. Радио создает контент для удовлетворения потребностей слушателей во всех средах. По мнению медиаисследователя Ю. В. Ткаченко, «особые ресурсы радио обусловлены его технологической спецификой. Оно обладает возможностью широкого распространения звукового сигнала, что позволяет достигать высочайшего уровня оперативности. А коммуникативная при-

рода современного радиовещания, его диалогическая сущность вовлекают слушателя в радионное действие, делают его активным участником происходящего в студии [1]. Радиовещание продолжает оставаться мощным идеологическим оружием в проведении государственной политики, служит важнейшим источником информации о событиях в регионе, стране и мире, имеет социокультурную и развлекательную миссии.

Уже сегодня радио становится не только аудиальным, но и визуальным СМИ. На сайтах многих радиостанций и социальных сетях появляется видеотрансляция эфира и другие визуальные материалы. Слушатели-зрители все чаще приобщаются к новым возможности в получении информации. Об этом явлении рассказывает А. А. Суворов: «Видеорадио» — новое для русского языка слово, означающее возможность наблюдать за происходящим в радиостудии, вещающей по своему обычному графику с использованием традиционных передающих устройств. Такая технология <...> позволяет осуществлять совершенно новые медийные проекты. Например, создавать передачи и для радиослушателей, и для пользователей Интернет» [2]. Так, студия

«Европы Плюс» в 2015 г. превратилась в Vi Studio, из которой могут проходить прямые трансляции живых концертов в Интернет. Появился подиум для выступления музыкантов и зона для зрителей, установлены видеостена Otion — 3х3 и ТВ-панели высокой четкости с возможностью подачи на них сигнала с любого источника в видеотракте. Рядом со студией расположились рабочие места видеорежиссера, телефонного продюсера и звукорежиссера для сведения звука со сцены. Благодаря 7 HD-камерам в Интернет поступает видео трансляция высокого качества.

Исследуя современное развитие радиосистемы в России, необходимо остановиться на некоторых официальных данных:

— В реестре лицензий на телерадиовещание, по данным Роскомнадзора на конец 2021 г., было зарегистрировано 3527 действующих лицензий на осуществление радиовещания [3].

— По оценке Российской Академии радио, в первом полугодии 2022 г. радио в России слушали (с учетом соотношения аудитории крупных городов 100+ и общей аудитории радио 0+): ежедневно — 60 млн. чел., еженедельно — 92 млн. чел., ежемесячно — 101 млн. чел. [4].

— Правительственная комиссия в апреле 2022 г. одобрила перечень Минцифры России о системообразующих предприятиях отрасли, куда вошли крупные медиахолдинги — «Национальная Медиа Группа», «Газпром-Медиа холдинг» и ВГТРК, а также некоторые СМИ: МИА «Россия сегодня» и др. На текущий момент в списке системообразующих радиовещателей содержатся 11 организаций, в управлении которых находятся 40 радиостанций [5].

Как отмечается в докладе Радиовещание России в 2022 г., «в 2021–2022 гг. голос переживает всплеск интереса в качестве одного из основных средств коммуникации и доставки информации. Современное радио — это медиа в формате 360°, которое коммуницирует со своими слушателями не только через радиоприемник, но и через smart-телевизоры, компьютеры, смартфоны, умные колонки и даже часы. Все более востребованными становятся плееры на сайтах и в мобильных приложениях радиостанций. Усиливается присутствие на онлайн-платформах: «ВКонтакте», «Одноклассники», Telegram, YouTube, Rutube, TikTok и Yappy. Для большинства вещателей очевидно, что традиционное эфирное радио должно быть представлено в цифровом мире во всех средах и экосистемах» [4].

Радио в целом больше ориентировано на определенную целевую аудиторию, чем другие традиционные медиа. Поэтому для радио вообще характерны узкоформатные или специализированные станции, жизнеспособность которых объясняется избирательностью к пристрастиям и стилю жизни своей аудитории. В медиaprостранстве, в том числе и в России, устоялось определение «нишевая»,

которое применяется в данном случае для обозначения радиостанции, вещающей в узком формате и ориентированной на определенную социально-демографическую нишу. Как правило, эти радиостанции освещают определенный круг тем, связанный, например, с одной областью деятельности общества — спортивные, политические, религиозные, автомобильные, новостные и другие радиостанции. Поэтому, нишевые станции всегда пользуются меньшей популярностью, чем широкоформатные, поскольку их аудитория ограничена более узким форматом. По мнению руководителя исследований радио ИК КОМКОН Т. Глушковой, «традиционно понятие «нишевая» используется для обозначения радиостанций, вещающих в узком формате и занимающих определенную социально-демографическую нишу, то есть нацеленных на определенный сегмент аудитории», а TNS Gallup Media нишевыми называют радиостанции, «нацеленные на узкую целевую аудиторию» [6].

С другой стороны, разрабатывая вопросы топологии радиостанций в России, медиаисследователь Е. Р. Раскатова не использует термин «нишевая радиостанция», а склоняется к словосочетанию «специализированная радиостанция». По ее мнению, процесс демократизации в России «приводит к тематическому разнообразию вещания, расширению жанровой палитры, перевоплощению аналитической радиожурналистики, освоению разнообразных способов формирования новостных и информационных передач. Дальнейшее развитие этого процесса привело к специализации радиостанций на той или иной тематике» [7].

Развитие нишевых радиостанций в России занимает одну из важных позиций в формировании отечественного медиарынка. По данным Роскомнадзора, по состоянию на 06.07.2023 в реестре содержатся данные о 152 873 СМИ [8]. Однако, по информации экс-замминистра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций А. Волина, только 5% из них — государственные, федеральные, региональные и муниципальные [9]. Такое соотношение напрямую относится и к радио.

Как показывает практика, при создании нишевой радиостанции необходимо определить вопросы, на которые следует дать ответы: для чего нужен этот медиаресурс, для какой аудитории организуется вещание, каков способ доставки сигнала, где географически будет возможность принимать передачи, каковы источники финансирования? Исходя из общих представлений о предпочтениях слушателей, радиостанции выбирают свой формат — совокупность жанровых, тематических прочих признаков, формирующих концепцию вещания. Сегодня, в условиях фрагментации рынка (т.е. дробления массовой аудитории и индивидуализации программного выбора), многие радиоканалы, «уходят от дженера-

листской¹ концепции и начинают искать более узкие, нишевые программные форматы — новости, спорт, музыка, кино» [10]. Изучение радиорынков многих стран показывает, что в основе деятельности практически всех коммерческих радиостанций лежит не более 20 основных форматов. Применяются различные варианты их реализации, которые учитывают конкретные национальные условия, культурные и музыкальные традиции страны, положения радио в системе национальных СМИ и отношение к нему общества и государства. Однако в основе деятельности всех станций находится несколько базовых программных концепций (музыка, спорт, увлечения, мужское/женское/детское радио, новости или разговорное, информационно-развлекательное, религиозное радио, радио для национальных меньшинств и т.д.).

Программная политика любой радиостанции — это важнейший фактор ее успеха. Современные радиостанции стараются выпускать в эфир такой контент, который привлечет как можно большую аудиторию, интересующую владельцев, спонсоров или рекламодателей. Речь идет не об увеличении объема слушателей, а об определенных характеристиках аудитории (образованность, поведение, стиль жизни, религиозные и национальные особенности и т.д.). Каждая радиостанция предполагает тот тип вещания, который на первый взгляд кажется единственно оригинальным. В нашем случае, при классификации радиостанций по типу радиовещания и с учетом дальнейшего рассмотрения радиовещания телесети RT, основной является соотношение музыки и информации. Выделяют четыре типа радиовещания:

1. Информационное вещание, при котором музыки в эфире почти нет. Это, как правило, «закольцованные» новостные выпуски с постоянным обновлением данных по мере их поступления, содержащие рекламные вставки. В некоторых случаях вместе с выпусками новостей транслируются короткие ток-шоу;

2. Информационно-музыкальное радиовещание, при котором соотношение информации и музыки равняется 60–70% информации против 30–40% музыки;

3. Музыкально-информационное радиовещание, при котором соотношение информации и музыки прямо противоположное;

4. Музыкальное радиовещание, при котором на короткие рубрики и новостные выпуски выделяется 10–20% эфирного времени, а остальное на музыку.

¹ Джeneralистская концепция (от англ. *general* — общий, универсальный). Применительно к телерадиовещанию универсальные каналы традиционно являются лидерами рынка, поскольку в их задачу входит максимизация аудитории. Универсальные каналы отличаются всесторонней (или достаточно широкой) программной политикой, предлагающей зрителям программы различных жанров в течение длительного периода времени.

Sochi Today — **первое англоязычное радио в сочинском регионе**. Как один из нишевых каналов, который выбрал музыкально-информационный тип вещания, можно рассматривать работу радиостанции Sochi Today. В середине 2013 г., почти за год до открытия XXII Олимпийских зимних игр было решено запустить первую круглосуточную радиостанцию в Сочи, вещающую полностью на английском языке. Предварительный анализ ситуации, складывавшейся в информационном поле накануне Олимпиады, и оценки медиаэкспертов показывали, что потенциальная аудитория радиостанции должна была превысить 3 млн. человек, и состоять из спортсменов, правительственных чиновников, журналистов и болельщиков, которые приедут в Сочи из более чем 100 стран мира. Большая часть из них — это гости, не знакомые с Россией и не владеющие русским языком. Естественно, в таких условиях нужен был канал, способный качественно и оперативно доносить информацию об Олимпиаде и событиях вокруг нее, создавать и поддерживать для гостей праздничную и неповторимую атмосферу, а также информировать аудиторию о событиях и явлениях российской жизни. В этой ситуации единственным игроком, которому под силу и в кратчайшие сроки запустить такой радиоканал, стало АНО «ТВ-Новости» (телесеть RT). К тому моменту RT уже почти 10 лет с успехом вещал на нескольких языках по всему миру и имел совокупную аудиторию свыше миллиарда человек.

Буквально за считанные месяцы была проделана работа по регистрации нового СМИ, в Роскомнадзоре получена вещательная лицензия, спроектирована и создана станция в Москве, закуплено необходимое вещательное оборудование. Содержательной и программной политикой радиостанции занимались сотрудники отдела культурно-развлекательных программ телеканала. Вещание должно было осуществляться в Сочи на частоте 101,5 FM и Красной Поляне на частоте 105,8 FM. Поскольку запуск и оформление разрешительных документов происходили в кратчайшие сроки, то и название было «скопировано» с редакционного флагмана телеканала RT, радио назвали «Sochi Today». 21 ноября 2013 года станция начала свою работу в эфире. С 2015 года радиостанция меняет название и начинает вещание под названием «Радио RT».





Рисунок 1 — Варианты логотипа радио Sochi Today на русском и английском языках

Программирование, как информационное, так и музыкальное, — это только одна сторона радио, второй являются технологии, оборудование и программное обеспечение. Все то, что скрыто от слушателя, но существенно влияет на качество программного продукта. Основная техническая работа по запуску станции и дальнейшей эксплуатации проводилась российской компанией ЗАО «Трактъ», которая является лидером на рынке как системный интегратор полного цикла в сфере телерадиовещания, предлагающий весь спектр услуг от консалтинга и проектирования до реализации проектов и сервисного сопровождения. Клиентами компании стали практически все радиостанции в стране — холдинги ВГТРК, «Газпром-медиа холдинг», «Европейская медиа группа», РГРК «Голос России», «Европа плюс», «Коммерсант ФМ», «Спорт ФМ», «Москва Медиа» и др. Были выполнены работы по проекту Радио «под ключ»², в частности, по поставке оборудования и пуско-наладочные работы программного обеспечения, созданию радиоконлекса для подготовки и формирования информационных, музыкальных, развлекательных программ и выпуска в их эфир, обучение персонала и помощь в подборе специалистов. Техническая база радиостанции обеспечивала возможность круглосуточной работы в режиме автоматической трансляции предварительно подготовленных фрагментов программ.

Студийный комплекс Sochi Today решал следующие задачи: подготовку и формирование расписания передач, ведение музыкальной базы данных, генерацию музыкальных плей-листов и джинглов и плей-листов радиовещательной программы. Выдача в эфир через специальный блок резервирования сигналов в формате AES/EBU основной или резервной вещательных станций. Резервная вещательная станция — необходимое условие работы любого вещательного центра. Комплекс позволял создать собственный электронный архив (структурированной базы данных) из накопленного аудио и текстового материала, а также предоставлял возможность автоматическо-

² Радио «под ключ» — это технически и технологически законченное решение по созданию и запуску в эксплуатацию внутренней вещательной инфраструктуры и аппаратно-студийного комплекса радиостанции. По желанию заказчика выполняется техническая поддержка во время первых эфиров из нового комплекса. Это оптимальный выбор для тех, кто решил создать собственную радиостанцию любого формата с нуля.

го воспроизведения аудиоматериалов по плей-листу. В распоряжении музыкального редактора были рабочая станция, аппаратные и программные средства, обеспечивающие вещание и выход в локальную сеть студийного комплекса и в интернет. На рабочем месте трафик-менеджера устанавливался персональный компьютер, аппаратно-программные средства которого обеспечивали автоматизированную работу с медиапланами радиостанций и выход в локальную сеть. Отдельно создавались помещения для серверной, где хранились звуковые и текстовые материалы, и обеспечивалась загрузка новостей на дисковый массив в информационную базу данных.



Рисунок 2 — Основная и резервная станции вещания Sochi Today и «Радио RT»

Вещание осуществлялось по следующей схеме: сигнал доставлялся от студии в Москве (ул. Боровая) до Телевизионно-технического центра в Останкино, оттуда «поднимался» на спутник Ямал 200, далее, непосредственно в Красной Поляне и Сочи, вещание вел Радиотелевизионный передающий центр Краснодарского края (филиал РТРС). Для удобства прослушивания радиoproграмм создавалась интернет-ссылка и приложение, которое было доступно на платформах *IOS* и *Android* и позволяло слушать эфир режиме онлайн. Здесь же предусматривалось интерактивное общение с откликами и вопросами радиослушателей.

Главной задачей творческого коллектива стало определение формата вещания и разработка коммуникативных стратегий. После долгих раздумий, остановились на концепции музыкально-информационного вещания, приоритетом которой стала музыкальная и развлекательная составляющая, при этом должное внимание уделялось и информационным выпускам. Программа радиостанции строилась на двух составляющих: предварительно подготовленные материалы и ретрансляция звукооряда новостных программ. Слушать потоковое вещание можно было также на компьютере, планшете или телефоне.

Конечно, нельзя было не учитывать и то, что к тому моменту в сочинском регионе насчитывалось несколько крупных радиостанций со своей постоянной аудиторией — «Европа плюс», «Автордио-Сочи», «Радио Шансон», «Макс-FM», «Новое радио», «Ретро FM Сочи» и др. Эти станции имели четкую вещательную концепцию и установленный формат, многие входили во всероссийские вещательные холдинги. В качестве музыкального редактора Sochi Today был приглашен Михаил Иконников, имевший многолетний опыт в создании и развитии таких каналов, как «Радио Маяк», Радио России, «Радио 101», «Радио Джаз», и др. С его помощью, чтобы с нуля завоевать, а затем и увеличить аудиторию разрабатывался универсальный формат вещания, где музыкальному контенту предоставлялись широкие рамки. Жанровая составляющая плей-листа была максимально расширена — от качественных хитов 70-х до лидеров современных чартов.

Необходимо отметить особенность в наполнении информационного эфира: поскольку все вещание осуществлялось из Москвы (из головного офиса RT), журналисты получали материалы для этих выпусков от собственных корреспондентов RT и от информантов, и дальше уже сами формировали выпуски. Новости выходили в эфир каждый полчаса утром (с 08.00 до 10.00) и в вечерний прайм-тайм (с 18.00 до 20.00). Слушатели радиостанции Sochi Today имели возможность из первых рук получить проверенную и интересную информацию, касающуюся самых разных тем. Так, каждый желающий узнавал новости политики или же спорта, новости из мира культуры или экономики. И все это не ограничивалось территорией России, ведь в эфире рассказывались и мировые новости. Кроме того, используя оперативную новостную информацию RT, делались ставки на удержание внимания аудитории путем информирования о жизни Сочи и Краснодарского края. Ключевым, якорным контентом были выпуски новостей, а также постоянная рубрика «дневник Олимпиады», который выходил три раза в день и постоянно обновлялся по результатам соревнований. Конечно, слоган олимпийских соревнований «Жаркие. Зимние. Твои» (англ. *Hot. Cool. Yours*) занял ведущее место в эфире радиостанции и часто использовался в различных интерпретациях. Эта фраза в трех словах позволяет показать все многообразие и характер России, указывает на накал спортивных страстей, на время года и место проведения, восприятие России в глазах всего мира, говорит о сокращении расстояний и сопричастности болельщиков к грандиозному событию. Следует обратить внимание на то, что по-английски слоган несет в себе и дополнительный подтекст, поскольку слово *cool*, помимо основного значения «холодный» (то есть зимний), имеет разговорное значение «классный, крутой».



Рисунок 3 — Иллюстрация с сайта fototelegraf.ru

В современном радиоэфире ведущий играет одну из главных ролей, он должен заинтересовать и заинтриговать аудиторию. Ставка на эмоции в данном случае — одна из основных. При этом, роль ведущего не сводится лишь к тому, чтобы привлечь внимание слушателя к эфиру, важно удержать адресата на данной радиоволне, не дать ему переключиться на другую радиостанцию. На этом этапе огромную роль играет и грамотность ведущего, способного создавать остроумные выходы, и его образ. Поэтому, официальным голосом станции стал известный журналист, диктор и переводчик Джордж Уоттс³, который почти полвека работал на радио и телеканалах. Флигрантные лингвистические способности, спокойный и располагающий к общению голос, великолепное владение английским и русским языком позволяли Уотсу общаться со слушателями в легкой и непринудительной манере. И это привлекало аудиторию.

³ Джордж Уоттс родился в 1932 году в Канаде. Из семьи крестьян с Западной Украины, переехавших в Канаду в 20-х гг. прошлого века. После Второй мировой войны вернулся на родину своих родителей в СССР, где получил высшее лингвистическое образование. Всегда говорил, что у него две родины — Канада и СССР. Переводил речи российских лидеров — Н. Хрущева, Л. Брежнева, Б. Ельцина. Автор переводов с русского на английский сотни документальных и художественных фильмов, а также нескольких книг. Долгое время работал на Гостелерадио СССР. В 2005 году Уоттс присоединился к команде RT и стал официальным «золотым голосом» телеканала.



Рисунок 4 — Джордж Уоттс, «золотой голос» RT.
Фото телеканала RT



Рисунок 5 — Рекламные стенды радио Sochi Today
в аэропорту Адлер

Любая, особенно начинающая радиостанция, не обходится без маркетинга и рекламы. По определению, нишевые станции всегда пользуются меньшей популярностью, чем широкоформатные, поскольку их аудитория ограничена более узким форматом. Тем не менее, реклама на нишевых радиостанциях более эффективна, если ориентирована на целевой сегмент рассматриваемой станции. Однако Sochi Today как радиостанция, направленная, в основном, на специфическую категорию людей с различным социальным, экономическим положением и пристрастиями, не ставила перед собой рекламные цели, хотя потенциальная аудитория радиостанции превышала 3,2 млн. человек. В качестве продвижения радиостанции на время Олимпиады в сочинском аэропорту были установлены специальные кубы с изображением логотипа радио и указанием частот вещания, здесь же можно было с помощью наушников прослушать и эфир. Также использовались растяжки и билборды в Сочи и Красной Поляне с указанием лого радиостанции и частот вещания. В целом же, рекламная составляющая в данном проекте не играла главной роли, поскольку радиостанция носила имиджевый характер и стала продолжением развития многофункционального медиапроекта RT. В этом состоит ее уникальность. С учетом этой специфики строилась не только программная, но и маркетинговая политика радиостанции. Благодаря Sochi Today сотни тысяч иностранных гостей Олимпиады смогли оставаться в курсе самых важных и интересных событий как внутри олимпийского Сочи, так и во всем мире.

Sochi Today — не первый опыт RT в области радиовещания. В период с 2012 по 2018 гг. телеканал уже сотрудничал с круглосуточной радиостанцией «Moscow FM» (105,2 FM), предоставляя для нее новости на английском языке. При создании совместного продукта организаторы, в первую очередь, старались предугадать свободные аудиторные ниши и максимально уйти от тенденций клонирования, поскольку все перспективные нишевые жанры/форматы уже заняты. По всей видимости, в RT пришли к выводу, что в Москве не хватает радиостанции, которая вещала бы на общедоступном для всех иностранцев языке — английском — для тех иностранных граждан (экспатов), которые живут и работают в России и хотят расширить свои познания этой страны. Учитывалось и стремление россиян, изучающих английский язык, набраться опыта от носителей языка.

«Радио RT» на просторах «постолимпийского» Сочи. Существование радиального проекта RT в сочинском регионе можно разделить на два этапа: первый описан выше и включал в себя создание англоязычного вещания Sochi Today, второй же «постолимпийский» — «Радио RT» — был направлен уже на основную, российскую аудиторию. Радиоканал Sochi Today имел не только английское, но и русскоязычное оформление. Данное требование продиктовано правилами вещания, а также выглядело логичным и понятным, поскольку это была российская станция. Поэтому, в 2015 г. была получена новая вещательная лицензия, которая давала возможность осуществлять вещание и на русском языке. Тогда же радиостанция получила новое название «Радио RT». Все остальные

технические характеристики, зона охвата и диапазоны вещания остались неизменными. Ретрансляция англоязычных новостей на радиоканале Moscow FM также прекратилось.



Рисунок 6 — Иконка приложения для скачивания



Рисунок 7 — Экран приложения «Радио RT»

Организаторы «Радио RT» прекрасно осознавали, что главная проблема любой радиостанции — как удержать внимание радиослушателей. Нишевые радиостанции нацелены на узкий сегмент аудитории, в том числе на ту самую труднодостижимую группу населения — ее объем на узкоформатных станциях в среднем составляет более 60%. Поэтому основная работа радиостанции направлялась на выявление акцентов пристрастий. По сути, музыкальный формат не претерпел изменения: плей-лист также состоял из главных хитов от 70-х гг. до современных лидеров чартов.

Существенным изменениям подверглись программная и информационная составляющая. Теперь информвыпуски велись на русском языке и охватывали, в основном, новости мировые. Выпуски не являлись уникальными, поскольку, по договоренности с МИА «Россия Сегодня», новости ретранслировались от русского вещания «Радио Sputnik», который также предоставлял и утренний, и вечерний эфир (с 09:00 до 12:00 и с 18:00 до 21:00). Оформление радиоканала и сетка вещания полностью изменились. На смену англоязычным анонсам и отбивкам встали рус-

скоязычные. «Радио RT» также застал подготовку и проведение Чемпионата мира по футболу в России в 2018 году. Отдельной программы, посвященной чемпионату, в эфире не планировалось, однако, основной выпуск дневных новостей был расширен за счет упоминания мундиала. Поменялся темпоритм и эмоциональная окраска, которые диктовали спортивные мероприятия.

Как правило, эфир радиостанций разбит на трех- или четырехминутные музыкальные, или информационные отрезки. В этой связи для любой станции очень важно не потерять аудиторию при переходе от одного «сообщения» к другому. Эфирное наполнение «Радио RT» выглядело примерно следующим образом: музыка — 50%, новости — 30%, остальное вещание было отдано под специальные рубрики. Согласно внутренним исследованиям «Радио RT», в основу которых легли опросы и анкетирование, портрет целевой аудитории станции примерно можно описать так:

Таблица 1

Целевая аудитория «Радио RT»
(по материальному положению)

Материальное положение слушателей	Соотношение (в %)
Высокообеспеченные	23,4
Обеспеченные	41,4
Среднеобеспеченные	23,3
Малообеспеченные	7,2
Остальные	4,7

Таблица 2

Целевая аудитория «Радио RT» (по возрасту)

Возрастные группы слушателей	Соотношение (в %)
4–17 лет	5
18–24 лет	4
25–34 лет	19
35–44 лет	26
45–54 лет	15
55 лет +	31
Мужчины	56
Женщины	44

При переходе на русскоязычное вещание учитывалась возросшая конкуренция в медийном сообществе региона, поэтому RT понимал, что сможет преуспеть в разработке программы радиовещания, опираясь только на высокие журналистские стандарты и благодаря высококачественному контенту, инновационным способам повествования и творчеству. В сетке вещания «Радио RT» появились цикловые записные программы:

— «Афиша» — рассказывала о культурной жизни Сочи и Краснодарского края, выходила 5 раз в день ежедневно;

— «Автобренды» — информировала об истории известных мировых автомобильных компаниях, выходила 2 раза в неделю по 4 выпуска;

— «Путеводитель» — программа о туризме и необычных местах на планете, выходила два раза в неделю по 4 выпуска;

— «Музыкальный календарь» — знакомил слушателей с основными событиями из музыкальной жизни ежедневно по 4 раза в день;

— «Острый лук» — ее автором была известная тележурналистка Мария Осадник (на тот момент корреспондент передачи «Доброе утро» на Первом канале).

Вещание «Радио RT» прекратилось в 2018 г., когда закончилось действие лицензии.

В России радио остается вторым по охвату медиа после телевидения. Формат радиовещания отличается своей многообразностью, он разносторонен и постоянно интегрируется в жизнь человека, успешно сочетается с другими типами ресурсов. Сегодня любая радиостанция — это многофункциональное медиа, которое не ограничивается только эфирным вещанием, но создает и иной контент в зависимости от запросов и предпочтений аудитории: для онлайн-вещания, соцсетей, интернет-сайтов и платформ.

Sochi Today, а позднее и «Радио RT», — первый и единственный в России пример вещания регионального нишевого радио на иностранном языке, созданного под конкретные спортивные события международного уровня. Многолетняя слаженная работа редакции продемонстрировала, что холдинг *RT* в состоянии в кратчайшие сроки наладить и усовершенствовать, казалось бы, не совсем профильные направления вещания. До этого коллектив никогда не сталкивался с радиовещанием. Накопленный опыт запуска и работы радиопроекта *RT* показал возможность и востребованность осуществления такого вида вещания для зарубежной аудитории в отдельно взятом регионе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ткаченко Ю. В. Современное радио: медийные характеристики / Ю. В. Ткаченко // В мире науки и искусства:

Академия медиаиндустрии

Соломатин А. Н., кандидат филологических наук, профессор кафедры телевидения и радиовещания

E-mail: alexns17@rambler.ru

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Мириманов Д. А., кандидат филологических наук, доцент Высшей школы (факультета) телевидения

E-mail: mirimanov@gmail.com

вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по материалам LXV междунар. науч.-практ. конф.— Новосибирск.— 2016.— № 10 (65).— С. 80–83.— Режим доступа: <http://sibac.info/conf/philolog/lxv/61820> (дата обращения: 04.07.2023).

2. Суворов А. А. Интернет: масс-медийные характеристики / А. А. Суворов // Известия Саратовского университета.— 2009.— № 3 (9).— Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-mass-mediynye-harakteristiki> (дата обращения: 06.07.2023).

3. Отчет о выполнении плана и показателей деятельности Роскомнадзора в 2021 году.— Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/plan-and-reports/reports/p449/>; https://rkn.gov.ru/docs/doc_3530.pdf (дата обращения: 06.07.2023).

4. Отраслевой доклад «Радиовещание России — 2022: состояние, тенденции и перспективы развития» Фонда содействия развитию радиовещания «Академия радио». — Режим доступа: <https://www.radioacademy.ru/event/id/49> (дата обращения: 06.07.2023).

5. Системообразующие ИТ-компании и операторы связи в России.— Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 06.07.2023).

6. Узкое место. Нишевое радио ищет своих рекламодателей.— Режим доступа: <https://adindustry.ru/doc/324> (дата обращения: 08.07.2023)/

7. Раскатова Е. Р. Типологический анализ современного радиовещания: учеб. пособие / Е. Р. Раскатова.— Тольятти: Изд-во ТГУ, 2012.

8. Перечень наименований, зарегистрированных СМИ // Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, 2023.— Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/p1100/?all=1> (дата обращения: 06.07.2023).

9. Алексей Волин: моя задача выполнена, пора передавать эстафету // «РИА Новости», 23.10.2020.— Режим доступа: <https://ria.ru/20201023/volin-1581146850.html> (дата обращения: 06.07.2023).

10. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Варганова.— М., 2003.— Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text11/47.htm> (дата обращения: 08.07.2023).

Media Industry Academies

Solomatina A. N., Candidate of Philological Sciences, Professor of the Department of Television and Radio Broadcasting

E-mail: alexns17@rambler.ru

Lomonosov Moscow State University

Mirimanov D. A., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of Higher School (faculty) of Television

E-mail: mirimanov@gmail.com

СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ СССР/ РФ И СРВ В ОБЛАСТИ ПОДГОТОВКИ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ

Нгуен Минь Туан

Военный университет культуры и искусства (СРВ)

Поступила в редакцию 24 сентября 2023 г.

Аннотация: *после более чем 70 лет сотрудничества в сфере образования и подготовки между Вьетнамом и СССР, а впоследствии РФ, последние сыграли большую роль в формировании команды профессиональных журналистов, исследователей и преподавателей в сфере СМИ Вьетнама. В статье представлены основные этапы деятельности по подготовке журналистских кадров между двумя странами в прошлом и настоящем, а также отмечены некоторые аспекты этого сотрудничества в настоящее время.*

Ключевые слова: *Союз Советских Социалистических Республик, Российская Федерация, Вьетнам, журналистика и массовая коммуникация, журналистские кадры.*

Abstract: *After more than 70 years of cooperation in the field of education and training between Vietnam and the Soviet Union, and later the Russian Federation, the latter played a major role in the formation of a team of professional journalists, researchers and teachers in the field of mass media in Vietnam. The article presents the main stages of the training of journalistic personnel between the two countries in the past and present, and also highlights some aspects of this cooperation at the present time.*

Keywords: *Soviet Union, Russian Federation, Vietnam, journalism and mass communication, journalistic personnel.*

Введение. Вьетнамо-советские отношения в области образования сложились в 20-е годы XX века. Это было связано с революционной деятельностью Нгуена Ай Куока (псевдоним вьетнамского политического лидера Хо Ши Мина) в 1923–1938 гг. [1]. После Августовской революции 1945 г. возникла Демократическая Республика Вьетнам, которая начала устанавливать дипломатические отношения с другими странами, особенно с Советским Союзом и блоком социалистических стран. Еще во время секретного визита в СССР в 1950 г. президент Хо Ши Мин просил помочь Вьетнаму в подготовке кадров. В ноябре 1951 г. в СССР прибыл 21 вьетнамский стажер для обучения и исследовательской деятельности. Это важная веха, знаменующая собой более чем 70-летнюю традицию сотрудничества в сфере образования между Вьетнамом и СССР и сегодняшней Российской Федерацией. За время этого сотрудничества десятки тысяч вьетнамских студентов, инженеров, чиновников, специалистов прошли обучение в Советском Союзе, а затем в Российской Федерации. В частности, сегодня существует команда экспертов, исследователей и журналистов, работающих в сфере журналистики и медиа, которая вносит важный вклад в дело социалистического строительства и защиты своей страны.

Подготовка Советским Союзом журналистских кадров для Вьетнама. В феврале 1965 г. председа-

тель Совета министров СССР Алексей Косыгин совершил официальный визит во Вьетнам. Этот визит «внес важный вклад в дальнейшее укрепление дружбы и братского сотрудничества между Советским Союзом и Вьетнамом» [2]. Затем две страны предприняли множество практических действий по развитию сотрудничества в разных областях, включая образование и подготовку специалистов. В частности, Вьетнам и Советский Союз продолжали способствовать реализации Соглашения между правительствами двух стран об обучении вьетнамских граждан в СССР (подписано в 1956 году).

В начале 1970-х гг. около 7000 молодых вьетнамцев были отправлены на учебу и научную работу в Советский Союз. На тот момент в вузах 35-ти городов СССР уже обучалось около 4500 вьетнамцев [3]. Это был важный человеческий ресурс, внесший большой вклад в дело социалистического строительства и защиты Вьетнама. Многие из этих выпускников впоследствии стали высшими руководителями партии и государства, ведущими учеными, экспертами и менеджерами в различных регионах Вьетнама.

Однако практически ни один вьетнамский студент в этот период не окончил вуз Советского Союза по специальности «Журналистика». Причина этого может заключаться в том, что, с одной стороны, в этот период во Вьетнаме была приоритетной подготовка кадров в научно-технических областях, которые служили бы целям национальной обороны и развития страны. С другой стороны, в 1965–1972 гг.

Вьетнам особенно ожесточенно вел освободительную войну. Молодежь по всей стране с энтузиазмом шла в армию — в том числе те, кто учились за границей и еще не закончили вузы; эти люди хотели вернуться в свою страну, чтобы присоединиться к борьбе с врагом.

В 1972 г. первая группа вьетнамских студентов была направлена в Московский государственный университет на обучение по специальности «Журналистика» в очной форме. В числе группы были Нгуен Данг Фат, Фам Тьен Зунг, Ле Фук Нгуен и Нгуен Динь Лань. Это были первые вьетнамские студенты, успешно окончившие обучение по специальности «Журналистика» в Советском Союзе (годы обучения: 1972–1977). В 1973 г. в МГУ на обучение по специальности «Журналистика» была отправлена следующая группа иностранных студентов (в их числе — Ву Хуен, Нгуен Винь Куанг, Ву Дык Тан, Ле Хай). Эта группа студентов проходила год подготовительного языкового обучения в Воронежском государственном университете в 1973–1974 гг. В последующие годы большое количество вьетнамских граждан отправилось на изучение журналистики в МГУ (в том числе Чан Данг Туан, Динь Тхе Хюинь, До Куи Доан, Нгуен Ван Зунг и др.).

В 1970-е гг. МГУ ежегодно принимал несколько вьетнамских студентов на обучение по специальности «Журналистика». Их число снижается в 1980-х годах из-за политических перемен и изменений практических социальных потребностей. В этот период, помимо МГУ, местом прохождения вьетнамскими студентами специализированной подготовки по журналистике были также Минский государственный университет (Беларусь) (где, в частности, обучались Нгуен Вьет Чук, Нгуен Туан Фонг и др.) и Академия общественных наук при ЦК КПСС (где обучался, например, Та Нгок Тан). Хотя численность этих студентов была меньше, чем тех, которые обучались в МГУ, они также после возвращения на родину внесли большой вклад в развитие вьетнамской прессы. МГУ, Минский государственный университет и Академия общественных наук при ЦК КПСС стали колыбелью подготовки журналистских кадров высокого уровня для Вьетнама. Их численность в период с 1970-х гг. вплоть до распада Советского Союза составляла около 50 человек, включая аспирантов. С тех пор сформировалась команда профессиональных журналистов, участвовавших в процессе создания и развития журналистики Вьетнама после 1975 г.

Значение подготовки студентов в СССР для вьетнамской журналистики велико, так как:

1. сформировалось первое поколение репортеров (профессиональных и высококвалифицированных журналистов) и журналистов — теоретиков массовых коммуникаций, а также команда старших менеджеров прессы от центрального и местных правительств;

2. возникла сила, играющая важную роль в регулярном и непрерывном донесении до мира точных и полных сведений о Вьетнаме и о вьетнамской борьбе против агрессоров;
3. произошло обновление новостной повестки в международных сообществах в отношении Вьетнама, что, с одной стороны, способствовало доступу страны к информации регионального и мирового масштаба, постепенной ее глубокой и эффективной интеграции в мировой медиапространство, в контекст мировой журналистики;
4. укрепились сотрудничество между Вьетнамом и Советским Союзом, а затем Российской Федерацией в области СМИ, что способствовало распространению разнообразной информации о двух дружественных странах в их СМИ.

Все это способствовало развитию дружбы между двумя народами, народной дипломатии.

Подготовка журналистских кадров для Вьетнама в России сегодня. После распада Советского Союза, наряду с постоянно углубляющейся политической интеграции Вьетнама в азиатский регион и мир, английский, французский, японский языки становятся самыми популярными иностранными языками, привлекающими молодых вьетнамцев. Влияние же русского языка на Вьетнам постепенно снижается. Число вьетнамских студентов, обучающихся в англо- и франкоязычных странах, увеличивается; при этом в 1990-е годы количество вьетнамских студентов, обучавшихся в России, постепенно сократилось.

После первого официального визита президента России Владимира Путина в Ханой в феврале 2001 г. две страны установили стратегическое партнерство и начали развивать сотрудничество во многих областях, в том числе в сфере образования и подготовки кадров [4]. Вьетнамские студенты стали получать больше стипендий на обучение в университетах по всей территории Российской Федерации. По Соглашению о сотрудничестве в сфере образования между РФ и Вьетнамом на 2005–2008 гг. Россия предоставила Вьетнаму 210 стипендий, приняв на учебу по обмену 30 вьетнамских студентов, аспирантов и стажеров. В этот период ежегодно вьетнамские студенты направлялись на обучение журналистики и массовой коммуникации в Российскую Федерацию.

В 2008–2020 гг. количество стипендий Правительства РФ для вьетнамских студентов увеличивается с 345 (в 2011 г.) до 795 (в 2015 г.). А к 2020 г. Россия предоставила Вьетнаму 1000 стипендий в рамках Соглашения. Согласно отчету Департамента международного обучения Министерства образования и обучения Вьетнама, в 2008–2020 гг. 181 вьетнамский студент и аспирант получил стипендии на поездку в Россию для изучения журналистики и массовых коммуникаций. Из этого числа студентов в российские вузы было направлено 143 абитуриента (79%),

25 магистров (13%) и 13 аспирантов (7%). Также значительное количество вьетнамских студентов изучает журналистику и массовую коммуникацию во многих вузах России на самостоятельной основе [5].

В настоящее время многие вьетнамские студенты и аспиранты выбирают для обучения журналистике и массовым коммуникациям такие российские вузы,

как Российский университет дружбы народов (29 учащихся), Воронежский государственный университет (18 учащихся), Санкт-Петербургский государственный университет (14 учащихся), Томский государственный университет (8 учащихся) и др. Большинство студентов выбирают для обучения журналистику, рекламу и связи с общественностью (PR).

Таблица 1

Список российских университетов с наибольшим количеством вьетнамских студентов, изучавших журналистику и массовые коммуникации в 2008–2020 гг. [5].

	Вузы	Количество вьетнамских студентов и аспирантов	Направления
№ 1	Российский университет дружбы народов	29	Журналистика, PR
-2	Воронежский государственный университет	18	Журналистика, PR
/3	Санкт-Петербургский государственный университет	14	Журналистика, реклама
«4	Томский государственный университет	8	Журналистика, реклама

С 2001 г. по настоящее время Российская Федерация подготовила для Вьетнама значительное количество кадров в области журналистики и массовых коммуникаций: более 200 выпускников познакомились с современными профессиональными подходами в условиях политической, дипломатической, экономической и социальной ситуаций в РФ и на постсоветском пространстве. По возвращении домой эти люди вносят также значительный вклад в донесение информации о нынешней России до своего читателя. При этом отмечается значительный вклад в поддержку дружественных отношений между Вьетнамом и Россией посредством медиа.

В настоящее время вьетнамские студенты, окончившие факультеты журналистики в России, работают во многих ведомствах и подразделениях Вьетнама на местном и центральном уровнях. К числу этих специалистов относятся сотрудники крупных вьетнамских СМИ, таких, как «Голос Вьетнама», Вьетнамское государственное телевидение, газета «Нхан Дан», электронные издания. Многие выпускники работают в сфере массовых коммуникаций, рекламы, PR и т.д., ведь это очень привлекает современную молодежь Вьетнама. Есть и те, которые занимаются научными исследованиями и преподаванием журналистики в престижных вьетнамских учебных заведениях (Академия журналистики и коммуникации, Университет социальных и гуманитарных наук, Военный университет культуры и искусства, Университет Дай Нам, Университет Тханлонг и др.).

В целом, вьетнамские медиаспециалисты, получившие профессиональное образование в России, обогащены академическими и практическими знаниями, имеют обширный мировоззренческий взгляд на Россию и мир в соответствующих условиях развития прессы, обладают вьетнамским «революционным духом». Это человеческий ресурс, который может сы-

грать решающую роль в формировании высококвалифицированных журналистских кадров в нынешнем Вьетнаме. Эти люди имеют возможность активно участвовать в непрерывном развитии вьетнамской революционной журналистики в ближайшем будущем. В то же время это важный фактор в продвижении дружеских отношений между Вьетнамом и Россией во многих областях, особенно в сфере медиа.

О текущем сотрудничестве. В настоящее время сотрудничество в сфере журналистики и массовых коммуникаций между Вьетнамом и Российской Федерацией расширяется. В дополнение к традиционным специализациям, таким как печатная журналистика, радио и телевидение, вьетнамские студенты могут выбрать новые перспективные программы для обучения: онлайн-журналистика, реклама и связи с общественностью, другие виды новых медиа.

В настоящее время появилось также значительное количество медиаспециалистов, подготовленных в США, Франции, Австралии, Сингапуре и др. Современные цифровые технологии, разработанные в западных странах, широко применяются во Вьетнаме, создавая благоприятные условия для людей, обученных в этих странах, для обретения своего места в нынешней вьетнамской медиасистеме. Но сильные стороны советско-российского журналистского образования, сочетающего фундаментальную теоретическую и прикладную подготовку, очевидны: они позволяют успешно применять академическую и практическую подготовку при формировании профессиональных журналистских и коммуникативных навыков. При этом важно учитывать и использовать современные коммуникационные технологии, апробированные в других развитых стран.

Исходя из требований и задач, заявленных в Плана развития и управления национальной прессой до 2025 г., мы можем предложить ряд рекомендаций

по более эффективному осуществлению сотрудничества в области обучения вьетнамских журналистских кадров в Российской Федерации и эффективному использованию этого высокоуровневого человеческого ресурса в настоящем и будущем.

Во-первых, обеим сторонам необходимо рассмотреть возможность укрепления сотрудничества в области журналистики и медиаобразования, уделяя приоритетное внимание увеличению количества стипендий для вьетнамских студентов, специализирующихся на журналистике и массовых коммуникациях в России.

Во-вторых, важно тщательно отбирать студентов для направления их в престижные учебные заведения России, отдавая приоритет ведущим российским вузам, таким как МГУ, СПбГУ, РУДН, ВГУ и др. При этом следует уделять особое внимание и обучению студентов-журналистов в вузах Вьетнама (Академия журналистики и коммуникации, Университет социально-гуманитарных наук, Университет Дананга и др.).

В-третьих, следует усилить сотрудничество в сфере обучения журналистике и массовым коммуникациям между университетами Вьетнама и Российской Федерации в сфере науки (организация совместных научных конференций, академических дискуссий), в области обмена опытом и студентами, документооборота между научными, педагогическими и медиаэкспертами и др.

В-четвертых, необходимо создать механизм привлечения студентов-журналистов непосредственно из вузов России к работе во вьетнамских агентствах печати, в особенности в агентствах, использующих русский язык («Народная газета», газета «Народная армия», канал «ВТВ4», радио «VOV5» и др.).

Потребность в кадрах, специализирующихся в сфере медиакоммуникаций, PR, рекламы, в настоящее время возрастает в таких провинциях, как Кханьхоа, Биньхуан, Вунгтау, где наблюдается много российских туристов и представителей российских деловых кругов. В частности, вьетнамско-российским компаниям, совместным предприятиям часто требуются кадры для работы в сфере коммуникаций и PR. Отделы по подбору персонала могут координировать свои действия с соответствующими подразделениями (такими, например, как Ассоциация дружбы «Вьетнам — Россия») на местах для организации форумов и семинаров по подбору и организации кадров, помогая связывать работодателей с потенциальными сотрудниками. Эта высококвали-

фицированная рабочая сила будет способствовать решению неотложных потребностей в человеческих ресурсах в обозначенных регионах.

Заключение. Советский Союз и сегодняшняя Российская Федерация сыграли и продолжают играть важную роль в процессе подготовки и развития кадров для прессы и других средств массовой информации Вьетнама. Эта ценная помощь во многом способствовала формированию целого корпуса журналистов, медиаменеджеров всех уровней, а также специалистов высшей квалификации в области научных исследований и преподавания в ведущих учебных заведениях Вьетнама по подготовке журналистов. Сегодня Национальный план развития и управления прессой до 2025 г., а также процесс цифровой трансформации прессы, активно происходящий во Вьетнаме, предъявляют повышенные требования к медиаспециалистам. В частности, уделяется особое внимание обновлению и инновационному мышлению медиаспециалистов, связанному с техническими и технологическими факторами и новыми методами в сфере информационной коммуникации. Поэтому сотрудничество в подготовке кадров в области журналистики и массовых коммуникаций между Вьетнамом и Российской Федерацией необходимо продолжать и развивать, расширяя студенческие обмены, способствуя углубленной координации, для удовлетворения реальных потребностей практики, исполнения требований и задач каждой стороны. Эта совместная деятельность сыграет в ближайшее время положительную роль в развитии сотрудничества между нашими странами в области информации и массовых коммуникаций, в области подготовки специалистов для массмедиа.

ЛИТЕРАТУРА

5. Нгуен Тхи Ким Зунг и другие: Деятельность Нгуен Ай Куока в Советском Союзе (1923–1938). — Ханой, 2021.
6. Bộ Ngoại giao Việt Nam. Việt Nam — Liên Xô: 30 năm quan hệ (1950–1980), NXB. Ngoại giao, Hà Nội, 1983, tr. 111.
7. Phạm Quang Minh. Quan hệ Việt Nam — Liên Xô trong kháng chiến chống Mỹ (1954–1975), Tạp chí Lịch sử quân sự, số 205(1/2009), tr.16.
8. Bộ Ngoại giao Việt Nam. Việt Nam-Nga ký Hiệp định hợp tác giáo dục, <<http://www.mofahcm.gov.vn/mofa/nr040807104143/nr040807105001/ns050627102638>>, xem 1.04.2023.
9. Báo cáo của Cục Hợp tác Quốc tế, Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2020.

*Военный университет культуры и искусства
Нгуен Минь Туан, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры журналистики.
E-mail: minhthuanguyen2014@gmail.com*

*Military University of Culture and Arts
Nguyen Minh Tuan, Doctor of Philosophy, Lecturer of Journalism Department.
E-mail: minhthuanguyen2014@gmail.com*

ФЕЛЬЕТОНЫ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «ГУДОК» В 1922–1928 ГГ.

Д. О. Чикиркина

Московский педагогический государственный университет

Поступила в редакцию 30 августа 2023 г.

Аннотация: в статье исследуются особенности публикации фельетонов на страницах газеты «Гудок» с 1922 по 1928 гг. Авторский анализ позволяет сделать вывод о том, что пик славы фельетона в России пришелся на период после Октябрьской революции.

Ключевые слова: СМИ, советская печать, фельетон, сатира, жанр, газета «Гудок», железнодорожная газета, злободневность, темы.

Abstract: the article examines the features of the publication of feuilletons on the pages of the newspaper «Gudok» in 1922 to 1928. The author's analysis allows us to conclude that the peak of the feuilleton's glory in Russia fell on the period after the October Revolution.

Keywords: mass media, Soviet press, feuilleton, satire, genre, Gudok newspaper, railway newspaper, literature, topicality, topics.

Фельетон после Октябрьской революции в 1917 г. трансформировался, став «маленьким рассказом», в основе которого лежит конфликт двух и более сторон. Особенно популярным он стал в прессе 1920-х гг., а, например, в газете «Гудок» фельетон тогда стал вообще одним из основных жанров.

Отраслевая железнодорожная газета «Гудок», созданная 23 декабря 1917 г., быстро набрала популярность — и не только среди работников стальных магистралей, но и среди массовой аудитории, которой особенно нравилась четвертая полоса издания с ее актуальными юмористическими текстами, создававшимися по письмам читателей. Над полосой работали молодые литераторы М. А. Булгаков, И. А. Ильф, Е. П. Петров, В. П. Катаев, Ю. К. Олеша, ставшие впоследствии классиками советской литературы [1].

Одним из первых в газету пришел Валентин Катаев: в 1921 г. его пригласил поэт-акмеист, на тот момент один из редакторов «Гудка» В. И. Нарбут, знакомый еще по совместной работе в Одесском отделении РОСТА. Именно Катаев сразу же стал писать для газеты фельетоны, причем под разными псевдонимами: Старик Саббакин, Горчица, Оливер Твист, Митрофан Горчица, Валяй Катаев. Стоит отметить, что у каждого его псевдонима была своя «тема». Например, под именем Оливер Твист Катаев писал на международные и политические темы, которые чаще всего публиковались на первой полосе. В этом смысле характерной публикацией является сатирический текст «Твердокаменный старик» — о тогдашнем английском министре финансов Уинстоне Черчилле [2]. Старик Саббакин рассказывал о проблемах советского быта (это имя писатель взял в честь механика и конструктора часов Л. Ф. Саббаки-

на). Митрофан Горчица был озабочен внутренними и внешними проблемами страны: так, в фельетоне «Командные высоты» рассказывается о хулигане-одиночке с большим судебным-исправительным стажем, который очень хотел, чтобы о нем написали в газете. Отказ же вызвал бурную реакцию: «За что боролись? — хрипло сказал он. — За что, я спрашиваю, боролись? Чтоб теперь проклятым буржуям первую страницу уступать? Командные высоты? Э-х-х! Знал бы — ни в жисть бы не хулиганил. Прощевай-те, товарищ» [3].

Юрия Олешу в «Гудок» привел уже через год сам Катаев. Сначала молодой автор трудился в информационном отделе, вкладывая в конверты письма, подготовленные в разных отделах. Но он сумел обратить на себя внимание, опубликовав первый текст в стихотворной форме: «Что-то в нем было о Москве-реке, речном пароходе и его капитане, который останавливал пароход не там, где ему следовало останавливаться по расписанию, а там, где жила возлюбленная капитана» [4]. Работал Олеша легко и свободно, чаще всего сдавая в номер по несколько текстов — всего же он напечатал в газете более пятисот фельетонов под звучным псевдонимом Зубило. Его едкие стихи, в которые он переделывал письма читателей с их жалобами на несправедливость руководства и др., пользовались большой популярностью. И уже в 1925 г. в серии «Дешевая библиотека газеты «Гудок»» вышла небольшая книжка его поэтических фельетонов.

Михаил Булгаков начал в «Гудке» как «работчик», придавая заметкам «легкий иронический глянец и лоск», но и он вскоре стал самостоятельным фельетонистом, писавшим о зарубежных монархистах и пролетариате, о путевых обходчиках, о профсоюзных рабочих. В злободневных текстах высмеивались халатность, отсутствие профессиона-

лизма (к примеру, в «Чемпионе мира» он иронично описывает собрание железнодорожников). В месяц у него выходило по 4 текста или по 5 текстов. Хотя с коллегами он был в хороших отношениях, саму газету не жаловал: «Гудок выпил из меня все соки, из-за этого мне сложно работать над романом», — писал в своих дневниках Булгаков [5]

Илья Ильф так же был принят на работу в редакцию газеты обработчиком и корреспондентом, но и он со временем принялся за фельетоны. Некоторые из них не включались ни в собрании сочинений Ильфа и Петрова, ни в авторские сборники писателя. Как, например, фельетон «Кассир, слезу вышибающий» — о буднях кассира Горьковской железной дороги на станции Аргыз Казанской, который «...не был полностью придуман автором. С высокой долей вероятности он стал продуктом предварительно обработанного письма рабкора (чем Ильф в основном и занимался в “Гудке”» [6]. В. Катаев ввел в среду литераторов и своего брата Евгения; в «Гудке» произошла встреча последнего с Ильфом. Взятый псевдоним по своему отчеству знаменитый соавтор позднее вспоминал: «Совершенно не понимали, что выйдет из нашей работы. Иногда я засыпал с пером в руках. Просыпался от ужаса — передо мною на бумаге было несколько огромных кривых букв» [7].

Фельетоны в «Гудке» носили острый характер. Они отличались злободневностью и нацеленностью на обсуждение негативных сторон быта (пьянство, прелюбодеяние, зазнайство и т.п.). Ярко написанные тексты нередко сопровождалась карикатурами. Критике подвергались религиозность граждан (см. фельетон Ю. К. Олеши «Побольше Кривушинных») и непрофессионализм (фельетон М. А. Булгакова «Библифетчик»). Также уделялось большое внимание международной политике.

Интересно, что большинство фельетонов строилось по одной схеме: эпиграф или письмо, введение в тему, показ проблемы, размышления автора и мораль, но печатались и фельетоны в виде рассказов, стихов. Главная особенность этих текстов — наличие субъективного мнения автора [8]. Журналист А. И. Эрлих писал, что начинающие писатели своими фельетонами держали в страхе всех работников транспорта: «Они больно кусали и крепко жгли... “Гудок” — пора молодости, годы накопления опыта, наблюдений, мыслей, сюжетов, эпитетов, сравнений, метафор... У нас уже выработалось некое корпоративное чувство: появлялись в журналах рассказы В. Катаева, — и нам казалось, будто его успех каким-то образом

осеняет и нас всех» [9].

Набравшись опыта и мастерства, постепенно молодые писатели стали уходить «в свободное плавание»: первым ушел в 1927 г. М. А. Булгаков, за ним В. П. Катаев, через год — И. А. Ильф, Е. П. Петров и Ю. К. Олеша. Причина была и в том, что поменялось руководство газеты, которому, видимо, сатира, разящая пороки нового общества, была уже не нужна.

В 1928 г. был принят план первой советской пятилетки (1928–1932 гг.), по которому СССР из аграрной страны должен был превратиться в индустриальную страну, и это становилось главной темой средств массовой информации. Сатирическая публицистика уже была не так востребована, ее основной жанр — фельетон — стал уходить со страниц газет. Ренессанс этого жанра произошел лишь во второй половине 50-х гг. XX в.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кривошейкина М. С. Жанр фельетона в журналистском творчестве М. А. Булгакова: период работы в газетах «Гудок» и «Накануне»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. С. Кривошейкина. — Тверь, 2004. — 18 с.
2. Кузнецов П. В. Своеобразие фельетонистики 1920-х гг. в газете «Гудок»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / П. В. Кузнецов. — М., 2011. — 18 с.
3. Катаев В. П. Горох в стенку (Юмористические рассказы, фельетоны). — М., 1963 / В. П. Катаев. — Режим доступа: <https://www.rulit.me/books/goroh-v-stenku-umoristicheskie-rasskazy-feletony-read-39277-82.html> (дата обращения: 27.08.2023).
4. Олеша Ю. К. Ни дня без строчки / Ю. К. Олеша. — М., 1965. — Режим доступа: https://librebook.me/ni_dnia_bez_strochki/vol1/3 (дата обращения: 27.08.2023).
5. Иванова И. Литературный «Гудок» / И. Иванова. — Режим доступа: <https://www.gudok.ru/newspaper/?ID=1621998> (дата обращения: 27.08.2023).
6. Маринин А. Авторство не подлежит сомнению / А. Маринин // Lit-Web. Литературный портал. — Режим доступа: <http://lit-web.net/anton-marinin-avtorstvo-nepodlezhit-somneniyu/> (дата обращения: 27.08.2023).
7. Петров А. Все начиналось в «Гудке» / А. Эрлих — Режим доступа: <https://www.gudok.ru/newspaper/?ID=772700> Петров (дата обращения: 27.08.2023).
8. Олеша Ю. К. Книга прощания / Ю. К. Олеша. — М., 1999.
9. Эрлих А. Начало пути / А. Эрлих // Ильф Илья, Петров Евгений. Сборник воспоминаний об И. Ильфе и Е. Петрове. — Режим доступа: <https://litmir.club/br/?b=67160&p=22> (дата обращения: 27.08.2023).

Московский педагогический государственный университет

Чикиркина Д. О. аспирант Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования
E-mail: dariawilde541@gmail.com

Moscow Pedagogical State University
Chikirina D. O. Postgraduate Student of the Journalism,
Communications and Media Education Institute
E-mail: dariawilde541@gmail.com

«ГУМАНОЛОГИЯ», «ТЕХНОСОФИЯ», «ВИТОВЕРИФИКАЦИЯ»: ЭКОЛОГИЗАЦИЯ ЦИФРОВОЙ МЕДИАСРЕДЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ян Чжи

Институт журналистики и коммуникаций Хэнаньского университета (КНР)

Поступила в редакцию 27 августа 2023 г.

Аннотация: журналистское образование стремится реагировать на вызовы цифровизированного времени СМИ, учитывать ментальные, когнитивные, социальные, профессиональные, психофизические и др. риски. В статье актуализирован медиаобразовательный потенциал современных философских концепций.

Ключевые слова: журналистское образование, медийное состояние, медиаличность, гуманология, техносология, витоверификация.

Abstract: journalistic education aspires to respond urgently and at various levels to the challenges of the digitalized time of the media, to mental, cognitive, social, professional, psychophysical, and other risks. We have actualized the media-educational potential of philosophical concepts substantiated by the famous modern philosopher, professor at Emory University (Atlanta, USA), a native of Russia — Mikhail Naumovich Epstein.

Keywords: journalism education, media state; media personality; humanology; technosophy; vitoverification.

Проблема медийного состояния современного студента-журналиста привлекает активное внимание педагогов. Проведенное в 2020 г. социологическое исследование среди студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся в вузах Уральского федерального округа по направлению «Журналистика», выявило ряд проблем экзистенциального, судьбоносного характера. Высказывания студентов фиксируют постепенную утрату дифференциации двух миров, реального и виртуального; нивелирование идентичности и нивелирование индивидуальности; ощущение потерянности в «вакуумной» оболочке потока информации, невозможности самостоятельно ее анализировать, перманентная настороженность недоверия к ней; утрату социальных связей (между поколениями, на уровне своего поколения, в перспективе будущего); психологические проблемы (зависимость от интернета и гаджетов, депрессивно-тревожные состояния). При этом «27,2% опрошенных не видят перспектив профессионального роста как раз по причине повсеместной цифровизации медиаконтента» [1, 150].

В исследовании мнения студентов-журналистов Сургутского государственного педагогического университета выявлены: «виртуальная зависимость и, как следствие, восприятие реального мира как враждебного, нарушение когнитивных функций человека; сегментированность интернета, разделение граждан на группы, сообщества» [2, 88]. Этот социологический анализ резюмируется следующим об-

разом: «Данные... являются тревожным сигналом и говорят о необходимости внесения ряда изменений в образовательный процесс высшей школы при подготовке журналистов» [2, 86].

Преддверием таких необходимых изменений является ряд опубликованных в последние два-три года работ, касающихся оптимизирующей корректировки журналистского образования. Так, коллектив медиапедагогов Северного (Арктического) федерального университета выдвигает проект формирования профессиональной идентичности студента-журналиста на основе приобретения им медийных компетенций за счет приоритета работы в производственной студии, при этом — на равных с педагогами. Именно так, полагают педагоги-исследователи, может быть удовлетворена назревшая «востребованность персонализированных и персональных медиапроектов» [3, 313]. Медиологи В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко предлагают создавать условия развития «проектного мышления как одной из ключевых компетенций будущих журналистов» [4, 65].

Анализируя сложившуюся неблагоприятную ситуацию, В. Ф. Олешко и В. В. Гаврилов намечают перспективу формирования «медиаличности» — альтернативы медиапотребителю (медиа субъекту). Медиаличность будущего журналиста должна формироваться «целостно, в системе, чтобы... процесс... самоидентификации проходил в рамках концептуального пространства нации» [2, 8]. «Одной из базовых составляющих цельной медийной личности мы предлагаем считать знание концептосферы народа... умение создавать тексты на его основе, чему,

к сожалению, в рамках вузовской системы уделяется недостаточно внимания» [2, 9]. Исследователи конкретизируют следующие свойства медиальности: «креативность (способность генерировать идеи, создавать оригинальные тексты), четкая гражданская позиция; способность к рефлексии; эффективное использование выразительных средств в тексте» [2, 9]. Хотя все без исключения дисциплины гуманитарного блока журналистского образования, курс «Основы творческой деятельности журналиста» заняты формированием перечисленных компетенций. Видимо, следует задаться вопросом, почему же это не работает.

Приведенные исследования в очередной раз показали, что реальный мир вполне осознается современником («поколением Z» и старше) как «среда, из которой выпадает человеческая телесность и индивидуальность» (М. Н. Эпштейн). Так появляется потребность в дисциплине, которая относится к гуманитарным наукам, как экология — к наукам естественным: «Гуманология — это экология человека, но вместе с тем — и антропология машины, т.е. наука о взаимном перераспределении их функций, о технизации человека и гуманизации техники» [5]. Мы полагаем, что «гуманологическая» сторона журналистского образования — акцент на гуманистическом потенциале негуманитарной сферы — может служить основой нивелировки «острых углов» цифровизированной медиасферы, сохранения ее интеллектуальных, персональных, эмоциональных и других подобных качеств.

«Гуманологию» дополняет еще одна, предлагаемая М. Н. Эпштейном проективная концепция, — «технософская». Полагается поиск связи техники с «иными планами бытия, которые трактуются метафизикой, теологией, мистикой, софиологией» [5]. В контексте технософии цифровая техника определяется как «мысль и чувство вокруг нас и между нами»: «Постиндустриальная техника имеет дело с мыслью и числом, словом и духом... Техника помогает создавать глубинные связи между «я», «ты» и «он», те диалогические отношения, которые имеют и материальное, и духовное измерение» [5].

«Исторический ряд: теософия — антропософия — технософия — обладает определенной последовательностью: 1. Бог-Творец; 2. Человек, творение Бога; 3. Техника, творение человека. <> Технософия — это мудрость Творца, раскрытая в творениях Его творения... Круг замыкается: техника, созданная человеком, выступает в технософии как средство познания и воссоединения с мудростью, создавшей самого человека» [5]. Об изначально дружественном, «человечном» характере техники напоминал М. Хайдеггер («Вопрос о технике», 1953): «τέχνη — название не только ремесленного мастерства, но также высокого искусства и изящных художеств. Такая τέχνη относится к про-из-ведению... она есть нечто “поэ-

тическое”. <...> Что такое современная техника? Она тоже раскрытие потаенного. Лишь тогда, когда мы спокойно взглянем в эту ее основную черту, новизна современной техники прояснится для нас» [6, 225].

Еще одна интересующая нас среди актуализируемых М. Эпштейном концепций, при этом сопряженная с обозначенными выше, — «витоверификация»: «проверка теорий и практик их жизненностью»; «витоверификация тех или иных идей и действий определяется тем, насколько они укрепляют жизненные силы человека, жизнестойкость, волю к жизни» [5]. В контексте и витоверификации, и гуманологии, и технософии критические свойства цифровизации, которые обозначают опрошенные студенты-журналисты, видятся в несколько иной окраске; приведенные результаты опросов относительно плюсов и минусов (в данном случае именно минусов) цифровизации еще не являются (вито)верифицированными, поскольку касаются субъектов, не имевших возможности глубокого и всестороннего осмысления предмета опроса. Если мы посмотрим на цели и задачи преподаваемых на журфаках цифровых дисциплин, мы увидим там тотальное превалирование инструментальных позиций, формирующих такие же исключительно инструментальные представления и навыки, где нет места ни гуманистическому, ни софийному, ни эстетическому, ни виталистическому началам.

Может быть, если в учебных программах дисциплин цифрового цикла среди традиционных практических задач преподавания прописывать такие вещи, как: «формирование культуры взаимодействия с цифровой медиасферой»; «осмысление позитивного потенциала цифровой медиасреды: социально-коммуникативного, интеллектуального, духовного»; «формирование представления о гуманитарной стороне цифровизации»; «акцент на роли медиа в раскрытии потенциала многоуровневой идентичности пользователя»; «привитие навыка различения “логики технологии” и “логики содержания”, способности следовать второй» [7, 30]¹; «формирование представления об эстетике цифровых проектов, способности различать и формировать элементы “дружественности интерфейса”»; «акцент на независимом медиапользовании, умении осуществлять веб-навигацию в целях самообразования» и т.п., — то студенческий ментально-медийный портрет (портрет современника в целом) не станет выглядеть столь неблагоприятно? На наш взгляд, это не только перспективный путь «оздоровления» медийного сознания, но и прямой шаг в направлении экологизации и гуманизации «цифрового капитала», призванного наполняться

¹ Различие, акцентированное И. Ю. Алексеевой в контексте исследования гуманитарных проблем интернета [7].

не только количественно, но и качественно², когда налицо «позитивная предрасположенность» (Л. Робинсон [цит. по: 8, 9]) к тотальному использованию медиа, когда «более сложный навык поиска информации» ведет к «более позитивным эмоциональным переживаниям при поиске» [8, 9], безусловно и напрямую «влияет на индивидуальные преимущества человека» [8, 17], препятствует когнитивным, ментальным, социальным, психофизическим и другим рискам цифровой медиасреды.

Преподаватели журналистики, всех ее блоков, тоже подвержены этим рискам. Другое дело, что больший или меньший опыт жизни и работы в «доцифровую» эпоху в известной мере защищает их; правда и то, что, будучи сформированными личностями с достаточно развитой и устойчивой культурной, цивилизационной, профессиональной, эмоциональной и другой памятью, они гораздо успешнее, нежели юное поколение, способны противостоять ширящейся виртуализации и, как следствие, дегуманизации и деградации. На наш взгляд, именно на них теперь лежит ответственность за «экологизацию» техно- и цифросферы, на каких бы основаниях не проектировался этот подход. Самое первое, что можно, на наш взгляд, предпринять, — дополнить официальную проектную деятельность факультетов журналистики (на каждом из них есть долгосрочные медиалогические программы) предприятием исследований, касающихся выявления, систематизации и продвижения экологического (гуманологического, технософского, витоверификационного, креативного, проектного, медиа-персонализированного и другого) потенциала цифровой среды. Такой

² «Цифровой капитал представляет собой многоуровневый, комплексный капитал, обладание которым может оказывать позитивное воздействие на профессиональную и личную жизнь человека». [7, 11].

Институт журналистики и коммуникаций Хэнаньского университета (КНР)
Ян Чжи, профессор,
E-mail:49738429@qq.com

подход позволит мобилизовать значительные исследовательские ресурсы и в перспективе может быть применен на уровне высшей школы в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Олешко В. Ф. Проблема самоидентификации студентов-журналистов цифровой эпохи / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко, О. С. Мухина // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2021. — № 4. — С. 135–157.
2. Олешко В. Ф. Формирование цельности медиаличности будущего журналиста в региональном вузе в условиях цифровизации СМИ / В. Ф. Олешко, В. В. Гаврилов // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2022. — № 4. — С. 6–12.
3. Авдонина Н. С. Проектирование концепции содержания профессиональной подготовки по журналистике / Н. С. Авдонина, Н. М. Куприков, М. Ю. Куприков // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11. — № 2. — С. 307–321.
4. Олешко В. Ф. Нравственно-мировоззренческий потенциал медийных проектов студентов цифровой эпохи / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Знак: Проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 4. — С. 65–74.
5. Эпштейн М. Н. Проектный словарь: Новые термины и понятия / М. Н. Эпштейн. — СПб., 2003. — Режим доступа: <https://rus-philosophy-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 27.08.2023).
6. Хайдеггер М. Вопрос о технике / М. Хайдеггер // Время и бытие: Статьи и выступления, 1993. — С. 221–237.
7. Алексеева И. Ю. Интернет и проблема субъекта / И. Ю. Алексеева // Влияние Интернета на сознание и структуру знания — М., 2004. — С. 24–56.
8. Варганова Е. Л. Цифровой капитал как гибридный нематериальный капитал: теоретические подходы и практические решения в российском контексте / Е. Л. Варганова, А. А. Гладкова, Д. В. Дунас // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11. — № 1. — С. 6–26.

Institute of Journalism and Communications of Henan University (PRC),
Yang Zhi, Professor
E-mail:49738429@qq.com

ПРАВИЛА

для авторов серии «Филология. Журналистика» научного журнала «Вестник Воронежского государственного университета»

Серия «Филология. Журналистика» журнала «Вестник ВГУ» включена в список ВАК при Минобрнауки российских рецензируемых научных журналов, в которых публикуются основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Журнал принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленные в виде полных статей. Опубликованные статьи, а также статьи, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

Статьи проходят редакционное рецензирование и в случае положительной рецензии — научное и контрольное редактирование. В случае рекомендации статьи к опубликованию автору высылается лицензионный договор (все подписанные страницы договора сканируются и высылаются в редакцию).

Плата с авторов за публикацию статей не взимается.

Журнал выходит **4 раза в год**

Почтовый адрес: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а, уч. корп. № 6 ВГУ, факультет журналистики, к. 103, редакция журнала «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика».

Контактный телефон:

+7 (473) 266-17-50, 274-52-71

Контактный e-mail: tam1008@yandex.ru,

vlvtul@mail.ru

Полные статьи принимаются объемом до 10 страниц формата А4 рукописи. Текст статьи должен быть напечатан через полтора интервала на белой бумаге формата А4, с полями — 2,5 см с левой стороны, размер шрифта — 14 п. (Times New Roman Cyr). Информационная графика — черно-белая.

Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках [1], через

запятую дается указание на страницы — [1, 165], через точку с запятой — другая ссылка (например, [1, 5; 2, 75]).

Список литературы дается в конце статьи с обязательной нумерацией и озаглавляется **ЛИТЕРАТУРА** (прописные буквы); оформляется в соответствии с *ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись*. Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.

Кроме ссылок на литературу в тексте могут присутствовать **сноски**.

Статья должна быть написана сжато, аккуратно оформлена и тщательно отредактирована.

Для публикации статьи авторам необходимо представить в редакцию (e-mail редакции: vlvtul@mail.ru) текст статьи, подписанный всеми авторами, УДК, таблицы, иллюстрации и подписи к ним (бумажный экземпляр, присланный по почте, или файлы текста и иллюстраций, а также сканы каждой из страниц).

Время рассмотрения, рецензирования и опубликования статей зависит от объема редакционного портфеля, формируемого из статей, рекомендованных к печати. Поэтому редакция не отвечает на вопросы типа «Как скоро может быть опубликована статья? Сколько времени занимает рассмотрение и рецензирование статьи? В течение какого срока автор получит номер журнала со статьей после его выхода?»

Редакция не гарантирует обеспечение авторов опубликованных статей бумажным экземпляром журнала, поэтому **желательна подписка** на журнал. Подписной индекс — 51174 в объединенном каталоге «Пресса России».

Редколлегия

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

УДК ...

(узнать в библиографическом отделе библиотеки)

ОБРАЗЫ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В ТЕКСТАХ НАУЧНОЙ ФАНТАСТИКИ

Е. В. Бавыкина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 28 июля 2021 г.

Аннотация: целью данного исследования является представление состава языковых средств, объективирующих космическое пространство в научно-фантастических произведениях, и описание семантики этих единиц. Источниками для исследования послужили произведения русских авторов и немецких фантастов.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, текст, научная фантастика, космическое пространство, прямые номинации, косвенные номинации, индивидуально-авторские номинации.

Abstract: the aim of this study is to present the composition of language means which objectify outer space in science fiction and to describe the semantics of these units. Works by Russian authors and German science fiction writers constituted the subject for study.

Keywords: cognitive linguistics, the text, science fiction, space, direct nominations, indirect nominations, individually-author's nominations.

Тексты научной фантастики¹ представляют собой практический интерес для исследователей в рамках когнитивной лингвистики как специфическая форма воплощения картины мира. Ключевым образом в текстах научной фантастики является космическое пространство [1, 5–9]. Анализируя языковые средства, объективирующие космическое пространство в научно-фантастических произведениях, можно выявить как общие, так и отличительные их признаки, связанные со спецификой национальных картин мира разных народов [2, 4–21].

ЛИТЕРАТУРА

(Список нумеруется в порядке цитирования)

После литературы указываются сведения об авторах на русском и английском языках (12 п., курсив): название университета; фамилия, инициалы; ученая степень, должность; электронный адрес.

Воронежский государственный университет
Бавыкина Е. В., преподаватель кафедры немецкой филологии
E-mail: phil27@mail.ru

Voronezh State University
Bavykina E. V., Lecturer of the German Philology Department
E-mail: phil27@mail.ru

Далее необходимо указать фамилию, инициалы автора и название статьи на английском языке (прописными буквами).

Bavikina E. V. IMAGES OF SPACE IN THE TEXTS OF SCIENCE FICTION

Р. S. Рекомендуемые объемы статей (требование издателя)

2 журнальные страницы = не более 9100 знаков с пробелами

3 журнальные страницы = не более 14250 знаков с пробелами

4 журнальные страницы = не более 19500 знаков с пробелами.

Р. P. S. Примеры названий ученых степеней, должностей и пр. на английском языке: Candidate/ Doctor of Philology (кандидат/доктор филологических наук); Postgraduate Student (аспирант) / Lecturer (преподаватель) / Senior Lecturer (старший преподаватель) / Associate Professor (доцент) / Professor (профессор) of the Public Relations Department (кафедры связей с общественностью).

¹ Сноска