НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Вестник
ВОРОНЕЖСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

СЕРИЯ:
ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА

ВЫХОДИТ 2 РАЗА В ГОД

• СЕРИЯ: ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА. 2007, № 2 •

СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ 5

М.Б. Абдокова
«В ГЛУБИНЕ МОИХ ГЛАЗ ПРОЧТИ СВОЕ ЗАВТРА», ИЛИ ЛИРИКО-ФИЛОСОФСКИЕ ОТКРОВЕНИЯ КАНДУР ЗЕЙН.. 5

А.В. Архарова
НОМИНАТИВНОЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТА ПРОВИНЦИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА) 9

В.А. Белоглазова
ЛИТЕРАТУРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ОСМЫСЛЕНИЯ ЛИТЕРАТУРЫ
(ПО РОМАНУ ДЖ. ХАЙНСА «РАССКАЗ ЛЕКТОРА») 13

Е.А. Горло
ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АМПЛИФИКАЦИИ В СТИХОТВОРНОМ ТЕКСТЕ 20

М.А. Грищенко
«БЛАГОРОДНАЯ И ВСЕСТОРОННЯЯ КАРТИНА НАШЕГО ВРЕМЕНИ»:
ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ АНДРЕ МОРУА 24

М.С. Досимова
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТА «ЖЕНЩИНА» 30

В.И. Дружинина
ЧЕЛОВЕК «СМУТНОГО ВРЕМЕНИ» В ПОВЕСТИ Л. БОРОДИНА «ЦАРИЦА СМУТЫ» 33

Е. Ф. Дудина
ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПСИХОЛОГИЗМ Б. К. ЗАЙЦЕВА
КАК ПРОЯВЛЕНИЕ РЕАЛИСТИЧЕСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ В ЕГО ТВОРЧЕСТВЕ 41

Э.А. Дусссалиева
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ МУЖЧИНА, МУЖИК 47

Н.А. Евграфова
МОДИФИКАЦИИ ДНЕВНИКОВОЙ ФОРМЫ
В СОВРЕМЕННОМРОМАНЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ (А.С. БАЙЕТТ И У. БОЙД) 51

А.А. Злобин
СВОБОДА И ВОЛЯ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ХАРАКТЕРИСТИКИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А. И. СОЛЖЕНИЦЫНА) 56

Н.Н. Кознова
СТАНОВЛЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ
В МЕМУАРНОЙ ПРОЗЕ РУССКИХ ПИСАТЕЛЕЙ-ЭМИГРАНТОВ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ 60

А.Г. Кулик
ЛИРИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ В ЦИКЛЕ А. БЛОКА «КАРМЕН» 64

Ю.Т. Листрова-Правда, Ангсумалин Пачит
РЕЦЕНЦИЯ НА ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ РУССКОГО ЯЗЫКА КОНЦА XX ВЕКА. ЯЗЫКОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ 68

А.В. Медведева
СЕМАНТИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ КАК КОГНИТИВНЫЙ ПРОЦЕСС 71

О.И. Митрофанова
СВОЕОБРАЗИЕ ИДИОСТИЛЯ П.А. ВЯЗЕМСКОГО 75

М.С. Онищенко
КОНЦЕПТ СВОБОДНАЯ СТРАНА В РУССКОЙ КОНЦЕПТОСФЕРЕ 83

Л.В. Павлюк
КОММУНИКАТИВНЫЕ КОНЦЕПТЫ В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ 89

Н.В. Прощенкова
К ВОПРОСУ О НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКЕ ЛЕКСИКИ В БЛИЗКОРОДСТВЕННЫХ ЯЗЫКАХ 93

А.Л. Савченко
МУЗЫКА В ТВОРЧЕСТВЕ Д. ИГАНА 98

И.А. Сафонова
ТИПЫ МОДУЛЯЦИОННЫХ СЕМАНТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ ДРЕВНЕРУССКИХ ГЛАГОЛОВ ВОСПРИЯТИЯ 106

О.В. Студенова
СИНТАГМАТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ПУТЕШЕСТВИЕ»
В РУССКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIX–XX ВЕКОВ 112
И.М. Сушкова
О НЕКОТОРЫХ СРЕДСТВАХ ВЫРАЖЕНИЯ ПОСЕССИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ ... 118
А.С. Трущинская
АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА ЖЕНА В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ 123
Т.Ф. Ускова
ТРАДИЦИИ А.И. КУПРИНА В РАССКАЗЕ А. И. НЕСМЕЛОВА «БОГОИСКАТЕЛЬ» 130
Е.Ю. Федосова
ПОЛИСЕМИЯ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ 134
Н. Хади Джавад
СУБСТАНТИВНЫЕ ФОРМЫ НОМИНАЦИИ ПЕРСОНАЖА В ПРОЗЕ А.П.ЧЕХОВА
КАК СРЕДСТВО ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКИ 140
Хамид Акрам Азиз
СОВМЕСТНАЯ ВСТРЕЧАЕМОСТЬ ЕДИНИЦ ЛЕКСИЧЕСКОГО ЯДРА РУССКОГО ЯЗЫКА 147
М.В. Чернышова
НОВЕЛЛИСТИКА ВИЛЬГЕЛЬМА ГАУФА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЖАНРА 150
Ж.Л. Ширяева
МОДИФИКАЦИЯ МАРКТВЕНОВСКОЙ ТРАДИЦИИ В ТЕТРАЛОГИИ Т. УАЙТА
«КОРОЛЬ БЫЛОГО И ГРЯДУЩЕГО» 155

ЖУРНАЛИСТИКА 159
М.О. Альмаганбетов
МИФОЛОГИЧЕСКИЙ ЯЗЫК ЖУРНАЛИСТОВ И «КАРИКАТУРНЫЙ СКАНДАЛ» 159
С.В. Васильев
АЛГОРИТМИКА ЧИТАТЕЛЬСКИХ ДЕЙСТВИЙ ПРИ ВОСПРИЯТИИ ЖУРНАЛА 163
Ю.В. Гапонова
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОДАЛЬНОГО ГЛАГОЛА МОЧЬ В РЕКЛАМНОМ МИФЕ 173
А. А. Давтян
АКТУАЛИЗАЦИЯ АРХЕТИПИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ
В ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБРАЗАХ 178
Е.А. Епифанова
ФЕМИНИСТСКАЯ ПРЕССА В ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ (ОТ АВТОРИТАРИЗМА К ЛИБЕРАЛИЗМУ) 183
Е.В. Кравченко
РАДИОВЕЩАНИЕ КУБАНИ: ОТ ПРОПАГАНДЫ К ИНФОРМИРОВАНИЮ 187
Е.В.Маслова, Т.Ю. Чигирина
ЗАГОЛОВКИ В ГАЗЕТАХ ПОСТСОВЕТСКОГО ПЕРИОДА В АСПЕКТЕ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ 192
А.А. Меркулов
МАССМЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ И ТЕХНОЛОГИЯ ТРАНСЛЯЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ
СМЫСЛОВ «ЦВЕТНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ» НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ 197
И.М. Печищев
КОНЦЕПТ «СТОЛИЦА» КАК ОСНОВАНИЕ ДЛЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА
ТЕРРИТОРИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРМСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ) 201
В.И. Сапунов
ФИНАНСИАЛИЗАЦИЯ КАПИТАЛИЗМАИ ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МЕДИАСЕКТОР 205
О.В. Сидельникова
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ 210
М.А. Старикова
ПРОБЛЕМА ЭНЦИКЛОПЕДИЧЕСКОГО ОСВЕЩЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ: ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ 220
В.В. Хорольский
ТЕОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ: НЕРАЗДЕЛЬНОЕ И НЕСЛИЯННОЕ 228
Е.А. Цуканов
ЖУРНАЛИСТСКИЙ MESSAGE И ЕГО ИСКРИВЛЕНИЯ В ЛАБИРИНТАХ КОНТЕКСТА 240
В.В. Щурова
АВТОР ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА КАК СУБЪЕКТ ВЫСКАЗЫВАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ «ДНЕВНИКА ПИСАТЕЛЯ» Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО) 244
Ю. Яковлева
СПЕЦИФИКА МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕДИАБРЕНДОВ-ЛИДЕРОВ
(НА ПРИМЕРЕ «VOGUE», «NEWSWEEK» И ДР.) 248

НАШИ АВТОРЫ 254

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 255

CONTENT

PHILOLOGY 5

M.B. Abdokova
«READ YOUR TOMORROW IN THE DEEP OF MY EYES», OR KANDUR ZEIN'S LYRICAL-PHILOSOPHIC REVELATIONS... 5

A.V. Arkharova
NOMINATIVE FIELD OF THE ENGLISH CONCEPT PROVINCE 9

V.A. Beloglazova
THE LITERARY REALITY AS THE OBJECT OF REFLECTION OF LITERATURE
(BY J. HYNES`S NOVEL «THE LECTURER`S TALE») 13

M.S. Dosimova
CONCEPT WOMAN (EXPERIMENTAL ANALYSIS) 20

V.I. Druzhinina
THE PERSON OF THE «DISTEMPER TIME» IN THE TALE BY L. BORODIN «THE QUEEN OF THE DISTEMPER» 24

E.F. Dudina
THE ARTISTIC PSICHOLOGISM OF B. ZAYTSEV
AS DISPLAY OF THE REALISTIC TENDENCIES IN HIS CREATIVE WORK 30

E.A. Dussalieva
CONCEPT MAN (EXPERIMENTAL ANALYSIS) 33

N.A. Evgrafova
MODIFICATIONS JF THE DIARY FORMS
IN THE MODERN BRITAIN NOVEL (A. S. BYATT AND W. BOYD) 41

E.A. Gorlo
PRAGMALINGUISTIC APPROACH TO THE ANALYSIS OF AMPLIFICATION IN POETICAL TEXT 47

M.A. Grischenko
«NOBLE AND AND COMPREHENSIVE PICTURE OF OUR TIME»:
ESTETIC POSITION OF ANDRE MAUROIS 51

A.A. Zlobin
«СВОБОДА» AND «ВОЛЯ»: COMPARATIVE ASPECT OF THE CHARACTERISTIC
(ON THE MATERIAL OF SOLZHENITSYN'S PROZE) 56

A.G. Kulik
LYRICAL PLOT IN TNE A. BLOCK'S CYCLE «KARMEN» 60

N.N. Koznova
FORMATION ЩА ЕНЕ HISTORICAL SENSE
IN THE MEMOIRS OF THE RUSSIAN EMIGRANT WRITERS OF TEHE «FIRST WAVE» 64

Ju.T.Listrova-Pravda, Angsumalin Pachit
RETENTION ON RUSSIAN DICTIONARY OF 20TH CENTURY. LANGUAGE CHANGING 68

A.V. Medvedeva
SEMANTIC CHANGES AS A COGNITIVE PROCESS 71

O.I. Mitrofanova
THE PECULIARITY OF THE P. VYAZEMSKIY'S IDIOSTYLE 75

M.S. Onishchenko
THE CONCEPT OF A FREE COUNTRY IN THE RUSSIAN CONCEPTOSPHERE 83

L.V. Pavlyuk
COMMUNICATIVE CONCEPTS IN NAIVE CONSCIOUSNESS 89

N.V. Proschenkova
NATIONAL SPECIFIC OF LEXICAL UNITS IN CLOSELY-RELATED LANGUAGES 93

A.L. Savchenko
MUSIC IN THE D. EGAN'S CREATIVE WORK 98

I.A. Safonova
THE SPECIES OF MODULATION SEMANTIC INFLEXIONS OF ANCIENT RUSSIAN VERBS OF PERCEPTION 106

O.V.Studenova
SYNTAGMATIC FIELD «TRAVEL» IN RUSSIAN FICTION OF XIX-XX CENTURIES 112

I.M. Sushkova
ON SOME MEANS OF EXPRESSING POSSESSIVE RELATIONS IN RUSSIAN 118

A.S. Trushinskaya
THE REPRESENTATION OF THE CONCEPT WIFE IN CONTEMPORARY ENGLISH AND RUSSIAN LITERATURE 123

T. F. Uskova
TRADITIONS OF A. KUPRIN IN THE TALE BY A. NESMELOV «GODFINDER» 130
E.Yu. Fedosova
POLYSEMY OF RUSSIAN PHRASEOLOGY IN COGNITIVE ASPECT 134
N.Khadi
SUBSTANTIVE FORMS OF NOMINATION OF CHARACTERS IN A.CHECHOV'S PROSE AS MEANS OF ITS CHARACTERISTICS 140
Hamid Akram Aziz
CO-OCCURRENCE OF UNITS OF LEXICAL KERNEL IN RUSSIAN 147
M. V. Chernyshova
WILIGELM GAUF'S NOVELISM IN THE CONTEXT OF GENRE DEVELOPMENT 150
J.L. Shiryaeva
MODIFICATION OF MARK TWAIN'S TRADITION IN THE T. WHITE'S TETRALOGY «KING OF PAST AND FUTURE» 155

JOURNALISM 159
M.O. Almaganbetov
MYTHOLOGICAL LANGUAGE OF JOURNALISTS AND «CARICATURE SCANDAL» 159
S. V. Vasiliev
ALGORITHM OF READER'S ACTIONS WHEN CONCEIVING A MAGAZINE 163
Y.V. Gaponova
FUNCTIONING OF THE MODAL VERB МОЧЬ IN ADVERTISING MYTH 173
A. A. Davtyan
ACTUALISATION OF ARCHETYPICAL CONSCIOUSNESS IN PERSONIFIED ADVERTISING FIGURES 178
E.A. Epifanova
FEMINIST PRESS IN POST-SOVIET RUSSIA (FROM AUTHORITARIANISM TO LIBERALISM) 183
E. V. Kravchenko
BROADCASTING SYSTEM OF KUBAN: FROM PROPAGANDA TO INFORMING 187
E.V. Maslova, T. Yu. Chigirina
HEADINGS IN THE SOVIET NEWSPAPERS IN THE ASPECT OF INTERTEXTUALITY 192
A. A. Merkulov
MASSMEDIA AS AN INSTRUMENT AND TECHNOLOGY OF TRANSLATION OF POLITICAL MEANINGS OF «COLOUR REVOLUTIONS» ON POST-SOVIET AREA 197
I. M. Pechischev
CONCEPT «CAPITAL» AS A BASIS FOR CONSTRUCTING IMAGE OF THE TERRITORY 201
V.I. Sapunov
FINANCIALIZATION OF CAPITALISM AND ITS INFLUENCE OVER MEDIASECTOR 205
O.V. Sidelnikova
THE MAIN DIRECTIONS OF PR-ACTION IN HIGH SCHOOL 210
M.A Starikova
PROBLEM OF ENCYCLOPAEDIC DESCRIPTION OF TERMINOLOGY: TYPOLOGY AND CLASSIFICATION 220
V.V. Khorolskiy
THE THEORY OF MASS COMUNICATION AND THE THEORY OF JOURNALISM: INDIVISIBLE AND NON-ASSOCIATIVE 228
E.A. Tsukanov
JOURNALISTIC MESSAGE AND ITS DISTORTION IN CONTEXT LABYRINTH 240
V.V.Schurova
THE AUTHOR OF PUBLICISTIC TEXT AS A SUBJECT OF UTTERANCE (BY EXAMPLE OF «WRITER'S DIARY» BY F.M. DOSTOEVSKIY) 244
Yu. Yakovleva
THE SPECIFIC OF INTERNATIONAL MEDIABRENDS-LIDERS (BY EXAMPLE OF «VOGUE», «NEWSWEEK» AND SO ON) 248

OUR AUTHORS 254

RULES FOR AUTHORS 255

ФИЛОЛОГИЯ

«В ГЛУБИНЕ МОИХ ГЛАЗ ПРОЧТИ СВОЕ ЗАВТРА», ИЛИ ЛИРИКО-ФИЛОСОФСКИЕ ОТКРОВЕНИЯ КАНДУР ЗЕЙН

© 2007 М.Б. Абдокова

Филиал Московского Открытого социального университета, г. Черкесск

Кандур Зейн родилась в 1983 году в городе Амман (Иордания). Она из кабардинской семьи, пострадавшей от Русско-Кавказской войны. Ее отец – в правительстве Свиты королевы Нур, а мать – дочь ЕхъулIэ Ехья Фейруз – домохозяйка. Зейн с отличием окончила Иорданский университет и работает в крупной гостинице (отеле) Аммана. Она еще и фотомодель, демонстрирует красивую одежду.

С малых лет Зейн привлекают стихи и философия. Пишет она на английском языке, но в ее стихах мы ощущаем адыгский колорит, адыгскую мудрость; в ее стихах чувствуется победа силы души над жизненными невзгодами. Стихи Зейн кажутся грустными и, в то же время, наполненными мечтой. Они звучат как призыв: «Если не можешь бороться за мечту, то твоя жизнь ничего не стоит». Стихи Зейн написаны верлибром, белым стихом, но кабардинский поэт Уэрэзей Афлик переложил их ближе к адыгским рифмам.

Стихотворение Кандур Зейн «Добро пожаловать» раскрывает перед нами божественно-философскую тематику. Ее поэтические, художественные образы несколько необычны для мировосприятия обыденного человека. Поэтесса смотрит на мир сквозь «призму затемненного стекла». Она признается в том, что именно он, мир, является наградой для каждого из нас. Эта награда, по ее мнению, наречена нам Всевышним.

В любое время посмотри через ограду
Сквозь призму затемненного стекла.

Созданье мира – вот твоя награда,
Она Всевышним нам наречена.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

Мир народов тоже является своеобразной наградой для Кандур Зейн. И эта отеческая земля была наречена Всевышним. По словам Исхака Машбаша:

Адыги на земле моей живут,
Их издревле черкесами зовут,
Смеются солнцу, добрых ждут дождей,
Живут адыги на земле людей[1].

Поэтика стиха Кандур Зейн говорит нам о преимуществе медитативной лирики – философско-поэтических раздумьях автора. Поэтесса применяет в своей поэзии иносказательные аллегорические моменты. Имеется в виду изображение отвлеченной идеи посредством конкретного, отчетливо представляемого образа. Например: «Сквозь призму затемненного стекла» вместо «другими глазами». Ей свойственны мотивы аллитераций, т.е. древнейшего стилистического приема: усиления выразительности художественной речи, в особенности стиха, повторами согласных звуков. Например, «ограда – награда», «призма – затемненного – созданье».

Веря в божественное проведение, Кандур Зейн полагает, что «всех нас сумеет понять только Бог». Но ее интересует только это. Именно поэтому она вопрошает: кто сможет одолеть «силу моей и твоей души? И вновь в риторическом вопросе она полагается на бога. Но верит не только ему, но и простому человеку. Именно он должен доказать ей, что «есть мечта на краешке души».

Один лишь бог сумеет нас понять,
Но одолеть сумеет кто, скажи,
Силу моей или твоей души?
Быть может, бог? Быть может, сможешь ты?
Я верю, что ты сможешь, докажи,
Что есть мечта на краешке души.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

По мнению поэтессы «бог всегда сумеет нас понять». Но именно это понятие бога у Кандур Зейн перекликается с понятием души. Поэтесса в сомнении. Кто же сможет покорить, одолеть ее

1 И.Ш. Машбаш. А.Х. Шеуджен «Земля адыгов». Майкоп. 1996 г. С. 14.

душу? Человек или бог? И все-таки она остается на стороне человека. Именно он, по ее мнению, должен доказать, «что есть мечта на краешке души». Эта мечта неразрывно связана с чистыми помыслами о Родине. Именно ее истоки пытается найти в своем творчестве Кандур Зейн. Говоря словами Омара Хайяма:

«Был ли в самом начале у мира исток?
Вот загадка, которую задал нам бог»[2].

Кандур Зейн использует в поэтике стиха альтернанс – правило чередования рифм в стихотворении строфического строения. Вместе с тем, автору присуща амебейная композиция – особый вид композиционного параллелизма на основе расширенной анафоры, заключающейся в повторении синтаксических рядов в части поэтического произведения. Например, «Быть может, сможешь ты?», «Я верю, что ты сможешь, докажи...» Поэтесса соблюдает определенную архитектонику стиха – общую внешнюю форму строения художественного произведения и взаимосвязи его частей. Ей свойствен верлибр – термин западной поэзии, под которым подразумевается ряд своеобразных формаций свободного стиха. С верлибром граничит версификация – искусство стихосложения по определенным правилам, выработанным на основе языка данного народа.

Некоторые поэтические признания Кандур Зейн несимметричны. В них слышится порыв безнадежности, грусти. Это сближает ее лирику с декадентством. И все же поэтесса верит спасительной фразе Достоевского – «красота спасет мир».

Но радости твои всегда пусты.
К ним не придут заветные мечты.
Фальшь мира не заменит красоты,
Поверь тому, что ясно видишь ты.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

В окружающем мире поэтесса видит пустоту. Даже «радости ее пусты». Безверье, отчаянье, невозможность осуществления мечты – вот тот вакуум мироощущения, в который погружена Кандур Зейн. Но все же она уверена, что «фальшь мира не заменит красоты». В конечном итоге автор заставляет нас поверить «тому, что явно видишь ты». Конечная часть строфы вселяет в нас уверенность в том, что Кандур Зейн не утратила своей заветной «мечты» увидеть настоящую «красоту мира». А «настоящая красота» скрыта в отеческом мире, мире надежды и мечты. В книге пророка Иеремии сказано: «и дал им землю сию, которую дать им клятвенно обещал отцам их, – землю, текущую молоком и медом»[3].

Поэтика стиха поэтессы сближает нас с гротескным стилем – совместимостью контрастов. Например, «Но радости твои всегда пусты», или «Фальшь мира не заменит красоты». В поэтическом душеизъявлении автор видит диалог между собой и незримым лирическим героем. Налет дидактизма – поучительного жанра поэзии – вот что характеризует лирику Кандур Зейн. Своеобразные слова – антонимы (противопоставления) охватывают строфику ее стиха. Например: «радости – пусты», «фальшь – красота». Поэтесса выбрала прием изоклона – стилистической фигуры параллельно расположенных частей речи в смежных предложениях: «мечты – красоты». Кроме того, она соблюдает интонационную смысловую мелодику стиха, заключенную в самом стиле речи. Благодаря этому раскрывается фонетико-мелодическое и смысловое богатство поэтического текста. Стихосложение Кандур Зейн преимущественно можно назвать квантитативным. Здесь подразумевается система долготы и краткости слогов, определенное закономерное чередование долгих и кратких слогов в строфе. Поэтесса тяготеет к литоте – стилистической фигуре, которая определяет какое-либо понятие путем отрицания противоположного. Например: «радости – пусты», «фальшь – красота».

Каждый день Кандур Зейн видит перед собой «свет дневного стекла». Этот свет, «не зная отдыха, спешит к ней домой». «Его большая солнечная тень» растворяется в ночной душе поэтессы.

Стекло дневное, свет твой каждый день,
Не зная отдыха, спешит ко мне домой.
Его большая солнечная тень
Вдруг растворится вновь в душе ночной.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

Природные мироощущения автора соотносятся с чисто человеческими переживаниями «ночной души». Эпитет «ночная душа», как нельзя кстати, передает лирическое настроение поэтессы. Она надеется на то, что ее душа будет озарена «солнечной тенью». Медитативная лирика – лирика раздумий, переживаний о душе – охватывает поэтическое полотно Кандур Зейн. Художественные образы поэтессы изобилуют метафорическими откровениями. Например, «Стекло дневное, свет твой каждый день, не зная отдыха, спешит ко мне домой». Но истинный дом поэтессы – это не Иордания, а родная земля адыгов. Та самая земля, к которой стремится сердце поэтессы. Здесь весьма уместен отрывок из поэмы М.Ю. Лермонтова «Мцыри»:

2 Омар Хайям. А.Х. Шеуджен «Земля адыгов». Майкоп. 1996 г. С. 16.

3 Книга пророка Иеремии, 32; 22. А.Х. Шеуджен «Земля адыгов». Майкоп. 1996 г. С. 50.

«Мне тайный голос говорил,
Что некогда и я там жил.
И стало в памяти моей
Прошедшее ясней, ясней»[4].

Поэтическое стихотворение Кандур Зейн написано одним стихотворным размером – монометрией. В стихотворении сохраняется определенная музыка слова – ритмическое строение стиха, которое в соединении с фонетической фактурой и естественной выразительной интонацией определяет его главное, гармоническое звучание. Автор очень часто применяет прием олицетворения – стилистической фигуры, состоящей в том, что при описании неодушевленных предметов они наделяются человеческими чувствами, мыслями и речью. Например, «Стекло дневное, свет твой каждый день, не зная отдыха, спешит ко мне домой».

В строфике стиха поэтессы встречаются омонимические рифмы, составленные из слов с одинаковым звучанием, но с различным значением. Кандур Зейн близка к параболе – аллегорическому рассказу, краткой иносказательной истории поучительного содержания. В строфике ее стиха встречается синтаксический параллелизм – композиционный прием, подчеркивающий структурную связь двух или трех элементов стиля в художественном произведении. Особенность синтаксического параллелизма заключается в том, что в смежных стихах соблюдается одинаковая структура предложений.

И вновь поэтесса обращается к душе. Самой заповедной, самой сокровенной атрибутике человека. Она просит душу не томиться «в темноте», а возвратиться на Родину. Кандур Зейн пытается разделить все с той же душой дорогу к дому. Она просит ее прожить с ней «хотя бы день».

О, не томись же в темноте, душа,
Добро пожаловать на Родину тебе.
Ты раздели дорогу не спеша,
И проживи со мной хотя бы день.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

Душа, по мнению поэтессы, – это светлое божественное начало. Именно поэтому душа не может оставаться в темноте. Обращаясь к ней, Кандур Зейн говорит: «Добро пожаловать на Родину тебе». Дорога к отчему дому и родному очагу является для нее самой желанной. Вот что отмечает по этому поводу доктор филологических наук А.А. Бекизова: «С надеждой возвратиться на Родину живут, судя по стихам, сегодняшние адыги». В поэтике стиха Кандур Зейн употребляет строфику стиха в первоначальном значении: привычные слова и выражения в их изначальном смысле, т.е. в том, какой присущ им.

О, не томись же в темноте, душа,
Добро пожаловать на Родину тебе.

Поэтессе свойственна перекрестная рифма – наиболее употребительный вид рифмовки в четверостишии, где слова рифмуются через строку, по типу авав[5]. Излюбленный прием автора – прием олицетворения – описание неодушевленных предметов, которые наделяются человеческими чувствами, мыслями и речью. «О, не томись же в темноте, душа, добро пожаловать на родину тебе». Кандур Зейн использует и проклитику – лингвистический термин – безударное слово, передающее свое ударение стоящему за ним ударному, вследствие чего оба эти слова произносятся слитно, как одно слово. Проклитика относится преимущественно к предлогам, союзам и местоимениям, например: «Ты раздели дорогу не спеша, и проживи со мной хотя бы день».

Поэтесса надеется на то, что ее душу согреет «лучик у оконца». Но она пребывает в сомнении: «победит ли бег врага тот свет?» Тучу она называет «пятном небес», которое может затмить «все солнце». При этом ей кажется, что «черный след» врага может «превратиться» в тучу.

Согреет душу лучик у оконца,
Но победит ли бег врага тот свет?
Или пятно небес затмит все солнце,
И в тучу превратится черный след.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

Тепло солнечного лучика согреет душу поэтессы. Но сможет ли этот маленький лучик победить врага? Если нет, то тогда «пятно небес затмит все солнце, и в тучу превратится черный след».

В стихе Кандур Зейн присутствует равнодольность – главный структурный признак правильного метрического стиха. Намеренная ретардация – стилистический прием замедления прямого фабульного повествования в литературном произведении путем введения описаний природы. Например, воссоздается лирическое полотно автора:

Или пятно небес затмит все солнце,
И в тучу превратится черный след.

В поэтике стиха поэтессы встречаются красочные эпитеты, типа: «лучик у оконца», «пятно небес», «черный след». Очень часты в стихотворении и риторические фигуры – стилистические обороты, цель которых состоит в усилении выразительности речи. Например: «лучик у оконца», «пятно небес», «черный след» и т.д.

Более того, в строфике стиха Кандур Зейн

4 М.Ю. Лермонтов. «Мцыри». Москва. 1989 г. С. 22.

5 Бекизова А.А. Фольклорно-эпические традиции, как основа адыгской литературной общности. Черкесск. 1993 г.

встречается природная символика образов – многозначный предметный образ, объединяющий собой разные планы воспроизводимой художественной действительности, на основе их существенной общности, родственности. Например: «лучик у оконца», «пятно небес», «черный след». Поэтесса применяет и симфору – высшую форму метафорического выражения, в которой опущено звено сравнения и даны характерные для предмета признаки. Например, «Или пятно небес затмит все солнце, и в тучу превратится черный след».

Поэтесса пребывает в смятении. Что ее «ждет, не уж-то злая смерть?» Ее мучает извечный гамлетовский вопрос: «Быть или не быть вообще?» Она советует своему лирическому герою «разбить стекло», которое удерживает солнце и душу, и, подобно птице, выпустить на волю.

Так что нас ждет, не уж-то злая смерть?
Как дальше быть, или не быть вообще?
Стекло, что держит солнце, ты разбей,
И душу птицей выпусти скорей.
(Перевод с черкесского М. Абдоковой)

Во что бы то ни стало, Кандур Зейн желает знать что ее «ждет, не уж-то злая смерть?» Она не знает как ей быть дальше. И, в конце концов, решается разбить стекло, удерживающее солнце. Рассуждения о душе вновь присутствуют в мировосприятии поэтессы. Она сравнивает ее с птицей, которую суждено выпустить на волю. Сравнение-образ «душу птицей выпусти скорей» имеет два члена, которые сопоставляются не по отдельному признаку, а по общему облику, сливаясь в микрокартину.

Кандур Зейн свойственна субъективная стилизация стихотворения – литературный прием воспроизведения писательской манеры какого-либо автора или разговорного языка человека, принадлежащего к определенному социальному слою. Лирику поэтессы преимущественно можно назвать суггестивной лирикой – особый вид лирики, основанный не столько на логических предметно-понятийных связях, сколько на ассоциативном сочетании дополнительных смысловых и интонационных оттенков. Благодаря этому, суггестивная лирика способна передать смутные, неуловимые душевные состояния, которые трудно выразить в стихе строго реалистическими средствами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бекизова А.А. Фольклорно-эпические традиции, как основа адыгской литературной общности / А.А. Бекизова — Черкесск, 1993.

2. Книга пророка Иеремии, 32; 22. А.Х. Шеуджен «Земля адыгов» — Майкоп, 1996.

3. Лермонтов М.Ю. «Мцыри» / М.Ю Лермонтов — Москва, 1989.

4. Машбаш И.Ш. «Земля адыгов» / И.Ш. Машбаш, А.Х. Шеуджен — Майкоп, 1996.

Рецензент – С.В. Савинков.
Статья принята к печати 05.02.2007.

НОМИНАТИВНОЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТА *ПРОВИНЦИЯ*

(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

© 2007 А.В. Архарова

Благовещенский государственный педагогический университет

Ключевым понятием когнитивной лингвистики является понятие концепта. Концепт – категория мыслительная, ненаблюдаемая, и это дает большой простор для ее толкования. Категория концепта фигурирует сегодня в исследованиях философов, логиков, психологов, культурологов, и она несет на себе следы всех этих внелингвистических интерпретаций. Кубрякова Е. С. дает следующее определение концепту: «Концепт – оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, квант знания. Самые важные концепты выражены в языке» [2, 22].

Концепт как единица концептосферы может иметь словесное выражение, но может и не иметь его. Возникает, таким образом, проблема вербализации концепта. Когда концепт получает языковое выражение, то те языковые средства, которые для этого используются, выступают как средства вербализации, объективации концепта в языке, как средства языковой репрезентации, языкового представления концепта как такового. Анализ семантики языковых средств объективации концепта позволяет выявить содержание номинируемого концепта, что является основой лингвокогнитивного анализа как метода изучения концептов.

Первостепенной задачей исследователя того или иного концепта является получение исчерпывающего списка языковых единиц, объективирующих этот концепт. Совокупность языковых средств, объективирующих концепт в определенный период развития общества, определяется как номинативное поле концепта [2, 47].

Построение номинативного поля концепта представляет собой установление и описание совокупности языковых средств, номинирующих концепт и его отдельные признаки.

Наше исследование посвящено изучению способов объективации концепта ***провинция*** в современном английском языке.

Анализ номинативного поля концепта начинается с анализа семантики его ключевых лексем. В современном английском языке концепт ***провинция*** репрезентируется ключевыми лексемами: ***province*** и ***the provinces***.

Ключевые лексемы ***province*** и ***the provinces***, репрезентирующие исследуемый концепт в английском языке, имеют следующие значения.

Cambridge International Dictionary of English (2001) дает следующие определения словам ***province*** и ***the provinces***:

1. /region/— an area which is governed as a part of a country or an empire. *Ex.* ***The province*** *of Milan includes the city and surrounding communities in the middle of Lombardy.*

2. the provinces— the parts of a country outside its capital city. *Ex. There are compensations for living in* ***the provinces***— *it's easy to get into the countryside for one.*

В словаре Longman Dictionary of Contemporary English (2001) слова ***province*** и ***the provinces*** толкуются как:

1. one of the large areas into which some countries are devided.

Ex. Sichuah is China's most populous ***province****.*

2. the provinces: the parts of a country that are not near to the capital city.

3. an area that an archbishop is responsible for.

American Heritage Dictionary толкует слово ***province*** как:

1. A territory governed as an administrative or political unit of a country or empire.

2. A division of territory under the jurisdiction of an archbishop.

3. A comprehensive area of knowledge, activity, or interest: Ex. a topic falling within the *province* of ancient history.

4. The range of one's proper duties and functions; scope or jurisdiction.

5. Ecology: an area of land, less extensive than a region, having a characteristic plant and animal population.

6. Any of various lands outside Italy conquered by the Romans and administered by them as self-contained units.

Лексема ***the provinces*** в словаре American Heritage Dictionary имеет следующее значение:

the provinces — areas of a country situated away from the capital or population center.

Обобщив данные наиболее авторитетных словарей английского языка, можно сделать следующие выводы.

В английском языке лексемы ***province*** и ***the provinces*** представлены в следующих значениях:

1. «административное» — административная единица.
2. «церковное» — архиепископская епархия.
3. «территориальное» — местность, находящаяся вдали от столицы, культурных центров.
4. «ментальное» — сфера знаний, деятельности, интересов.
5. «функциональное» — сфера чьих-либо обязанностей и функций.
6. «экологическое» — территория, имеющая характерную популяцию животных и растений.
7. «историческое» — земли, завоеванные римлянами и управляемые ими.

В вышеперечисленных значениях лексемы ***province*** и ***the provinces*** имеют в английском языке ряд синонимов.

«Административное» значение

— ***state*** — political community under one government (Oxford Dictionary of Current English)

— ***colony*** – a settlement or settlers in a new country, fully or partly subject to the mother country (ODCE).

— ***dependency*** – country or province controlled by another (ODCE).

— ***dominion*** – realm, domain (ODCE).

— ***possession*** – subject territory(ODCE).

— ***territory*** – extent of a land under the jurisdiction of a ruler, state etc.(ODCE).

«Территориальное» значение

— ***area*** – region (ODCE).

— ***backwoods*** – a remote region (ODCE).

— ***backwater district*** – peaceful, secluded or dull place (ODCE).

— ***back o' beyond*** – a very remote place (ODCE).

— ***back of o'Bourke*** – a remote place (Oxford Dictionary of Slang).

— ***boondocks (boonies)*** — a place that is a long way from any town (ODCE).

— ***bush*** – uncultivated area; woodland or forest (ODCE).

— ***bumfuck*** – the middle of nowhere (Urban Dictionary).

— ***bum-fuck nowhere*** — completely in the middle of nowhere; far away from anywhere (Urban Dictionary).

— ***county*** — a shire, a province, like staffordshire, derbyshire, lincolnshire, mostly just little mining villages and market towns (Urban Dictionary).

— ***country*** — districts outside large city areas (ODCE) .

— ***countryside*** – rural areas (ODCE).

— ***desert*** – a place where there is no activity, or where nothing interesting happens (Longman Dictionary of Current English).

— ***environs*** – the surrounding parts or districts, as of a city; outskirts, suburbs (The New Webster's Encyclopedic Dictionary of the English Language)

— ***godforsaken place*** – a place that is faraway from where people live and contains nothing interesting, attractive, or cheerful (LDCE).

— ***hamlet*** – a very small village (LDCE).

— ***hinterland*** –the remote or less developed part of a country, back country (NWEDEL)

— ***Hicksville*** — a backward provincial place (Dictionary of Modern Slang).

— ***the middle of nowhere*** – a remote area, very isolated place (Urban Dictionary).

— ***miles from anywhere*** — a long way from the nearest town (ODCE).

— ***Nar Nar Goon***– used as the name of any small, insignificant and remote town (ODS).

— ***outback*** – remote inland areas of Australia (ODCE).

— ***outdoors*** – the countryside far away from buildings and cities (LDCE).

— ***outpost*** – a small town or a group of buildings in a distant lonely place, usually established as a military camp or a place for trade (LDCE).

— ***outskirts*** – outer area of a town (ODCE).

— ***out in the sticks*** – very far from a town or city (LDCE).

— ***out of the way*** – far from other towns and villages and often difficult to find (LDCE).

— ***purlieu*** – outskirts, outlying region(ODCE) .

— ***podunk town*** – a small town (Urban Dictionary).

— ***regions*** — the parts of a country outside the capital or centre government (ODCE).

— ***sticks*** – any region distant from cities or towns, as rural districts; the country (NWEDEL).

— ***town*** – sevral houses forming a small group around a church, a shop etc. (LDCE).

— ***upcountry*** – an area of land without many people or towns, especially in the middle of a country (LDCE).

— ***upstate*** – provincial, especially northern part of a state (ODCE).

— ***wilderness*** – desert, uncultivated region or garden area (ODCE).

— ***in the wilds*** – far from towns (ODCE).

— ***whistle stop*** – small unimportant town on a railway (ODCE).

— ***Woop Woop*** – the name of an imaginary town in the remote outback, supposedly backwards (ODS).

В остальных значениях у слова ***province*** практически нет синонимов.

Анализ производных единиц показывает следующее.

Концепт ***провинция*** в английском языке представлен производными словообразовательными единицами ***provincial, provincialism.***

Словообразовательные единицы ***provincial и provincialism,*** репрезентирующие концепт ***провинция*** в «территориальном» значении, имеют следующие толкования в словарях английского языка.

1. ***provincial*** – (mainly disapproving) a person who comes from somewhere in a country outside its capital city (CDEL).

2. ***provincial*** – in or from the parts of the country that are not the capital city(CDEL).

3. ***provincialism*** – (disapproving)

1. a trait, habit of thought, etc. characteristic of a provincial, a province or the provinces (NWEDEL).

2. a word, expression, or pronunciation peculiar to a region(NWEDEL).

3. devotion to one's own province before the nation as a whole (NWEDEL).

Производная лексема ***provincial*** в словарях английского языка в «территориальном» значении представлена следующими синонимами.

— ***Bubba*** – a redneck, a hill-billy (Urban Dictionary).

— ***Cornball*** – an unsophisticated person, from country (ODS).

— ***Culchie*** – a simple country person; a provincial or rustic (ODS).

— ***Dude*** – a person from a remote place (ODS).

— ***Hick*** – a person from a remote place (ODS).

— ***Hill-billy*** – an insulting word meaning an uneducated person who lives in the mountains (ODS).

— ***Hayseed*** – a person from a remote place (ODS).

— ***Hoosier*** — a person from a remote place (ODS).

— ***Jasper*** – a person from a remote place (ODS).

— ***Redneck*** – a man who lives in a country area of the US, is uneducated, and may have strong unreasonable opinions (ODS).

— ***Reub, Reube, rube*** – a farmer or country fellow (ODS).

— ***Ridge-runner*** – a southern mountain farmer, a hill-billy (ODS).

— ***Swede-basher*** – a farm worker, a rustic (ODS).

— **Shit-kicker** — a rustic (ODS).

— **Trailer trash** — A poor person who lives in a trailer. Most likely the person is from the southern or midwestern United States (Urban Dictionary).

— ***Woodchuck*** – an unsophisticated, rustic, yokel, "hick" (ODS).

Таким образом, анализ значений слов, репрезентирующих концепт ***провинция*** в современном английском языке, показывает, что номинативное поле концепта ***провинция*** в английском языке представлено в общей сложности 92 лексемами, что позволяет нам говорить о высокой номинативной плотности концепта. Под номинативной плотностью понимается степень детальности языкового обозначения определенного концептуального пространства, «детализация обозначаемого фрагмента реальности, множественное вариативное обозначение и сложные смысловые оттенки обозначаемого» [2, 102].

Высокая номинативная плотность концепта ***провинция*** в английском языке свидетельствует о высокой коммуникативной востребованности концепта в английском общении [2, 103]. Данное явление детально осмысляется в английском языковом сознании и существует необходимость его дифференцированной номинации для обсуждения.

У большинства единиц номинативного поля концепта ***провинция*** в английском языке «территориальное» значение является основным и наиболее ярким. Следовательно, *территориальный* признак является ядерным когнитивным признаком концепта.

В «территориальном» значении концепт представлен лексемами ***the provinces, provincial*** и ***provincialism***, во всех остальных – лексемой ***province***.

Лексема ***the provinces*** именно в «территориальном» значении является наиболее употребительной, стилистически нейтральной. Она имеет наибольшее количество синонимов в литературном языке, многочисленные сленговые синонимы и дает основные производные в данном значении. Это позволяет сделать вывод о том, что именно лексема ***the provinces*** является ключевой лексемой-репрезентантом концепта ***провинция*** в английском языке и наиболее полно номинирует исследуемый концепт.

Номинативное поле концепта ***провинция*** в английском языке содержит преимущественно единицы, употребляющиеся для выражения неодобрения к данной местности и людям, живущим в ней. Из 92 исследованных единиц:

23 единицы – неоценочные лексемы;

69 единиц – лексемы, имеющие неодобрительную оценку;

Лексемы с положительной оценкой выявлены не были.

Таким образом, индекс оценочности исследуемого концепта составляет 0,63, и, таким образом, в английском концепте ***провинция*** доминирует яркая неодобрительная оценка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2002. – 191 с.

2. Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка: Научное издание // З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2007. – 252 с.

СЛОВАРИ

1. Ayto John. The Oxford Dictionary of Slang. – Oxford University Press, 1999. – 475p.

2. Cambridge International Dictionary of English. Cambridge University Press, 2001.— 546p.

3. Longman American English Dictionary. – Harlow.: Longman, 1999. – 402p.

4. Longman Dictionary of Contemporary English. – Harlow.: Longman, 2001. – 537p.

5. The New Webster's Encyclopedic Dictionary of the English Language. – New York.: Gramercy Books, 1997. – 1008p.

6. The Oxford Dictionary of Current English. – Oxford University Press, 2001. – 1083p.

7. The American Century Dictionary/ Editor L. Urdang. – New York.: Warner Books, 1995. – 691p.

8. Tony Thorn Dictionary of Modern Slang. – M.: Вече, Персей, 1996ю— 592с.

9. http://www.answers.com

10. http://www.urbandictionary.com

11. http://www.yourthesaurus.net

Рецензент — З.Д.Попова.

Статья принята к печати 6.12.2006 г.

ЛИТЕРАТУРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ОСМЫСЛЕНИЯ ЛИТЕРАТУРЫ (ПО РОМАНУ ДЖ. ХАЙНСА «РАССКАЗ ЛЕКТОРА»)

© 2007 В.А. Белоглазова

Нижегородский государственный педагогический университет

Возникнув в результате потребности человека в эстетическом осмыслении окружающей действительности, литература сразу вступила в сложный диалог с реальностью. Отношения между ними не были статичными, они модифицировались в процессе изменения как самого словесного искусства, так и человека и мира.

Диалог, в который вступает литература с действительностью, мы называем онтологическим, имея в виду, что возможность его ведения является ее сущностным свойством, впрочем, как и любого другого вида искусства.

Классическое литературоведение, восходящее к «Поэтике» Аристотеля, определяет отношения между литературой и реальностью через понятие «мимесис«, традиционно переводимое как «подражание». Такой взгляд на словесное искусство не исчерпал себя и до наших дней, и на нем основываются хрестоматийные определения литературы.

Однако уже со второй половины XVIII века возникают мысли, что назначение литературы не сводится к тому, чтобы отсылать к чему-то внешнему по отношению к художественному произведению. Переосмысления мимесиса еще не происходит, но наблюдается смещение акцентов: главным становится «представление о том, что литература должна «нравиться»» [11,360]. Иными словами, осознается самоценность и самодостаточность произведения как эстетического объекта, литература становится целью в себе.

В конце столетия такое понимание литературы доводится до некоего предела романтиками, отделившими словесное искусство от повседневной действительности и рассматривавшими его как единственное подлинное бытие: «Художественное произведение непременно должно как бы декларировать, что оно не является природой и не претендует на это» [17,126].

В XIX веке отношение к литературе как самоцели привело к тому, что художественное произведение начинает рассматриваться как объект ремесла, качественно сделанная вещь. Литература должна приносить эстетическое удовольствие, и возникновение у читателя чувства наслаждения становится онтологически значимым критерием для словесного искусства. Знаковой фигурой в этот период становится Г. Флобер, который, пожалуй, впервые начал рассматривать литературу как сферу профессиональной деятельности; соответственно, сочинительство превращается для Г. Флобера в труд, нередко доводивший французского писателя до физического истощения. Его усилия были направлены на поиски «правильного слова», безупречной формы, а мечтой писателя становится «книга ни о чем», с абсолютно незначительным сюжетом, которая «держалась бы сама собой, внутренней силой своего стиля» [13,230]. Интересно отметить, что Г. Флобер определил путь развития литературы именно через усложнение и утончение формы и упрощение сюжета, содержания.

Осознание литературы как изделия привело в первой половине XX столетия к переосмыслению понятия «мимесис», возникает мысль о том, что он «изначально вообще не относится к подражанию, что многовековая рефлексия об отношениях литературы с реальностью <...> опиралась на это понятие в силу недоразумения и неверного понимания его смысла» [3,121]. Огромное влияние на литературную теорию здесь оказали структурная лингвистика и семиотика Ф. де Соссюра, сосредоточившего внимание на относительной независимости означающего от означаемого в знаке. Выводы, сделанные этим ученым, легли в основу литературного анализа русской формальной школы, англо-американской New Critics, французского структурализма, которые объединяет во многом «лингвистическое» отношение к художественному тексту, то есть подход к произведению как к замкнутому на себе целому, самоценной структуре, не отсы-

лающей ни к чему, помимо себя. Соответственно, акцент делается ими не на содержании, а на форме: «...форма из средства выражения содержания превратилась в условие, детерминирующее это содержание, по существу порождающее содержание» [4,67]. Природа исключается из литературного произведения, которое замыкается на самом себе, сюжет воспринимается как игра автора с абстрактными схемами, не имеющими к действительности никакого отношения, а мимесис толкуется не как подражание, а как создание референциальной иллюзии. В поле зрения исследователей оказывается акт «делания» произведения, о чем говорят уже названия их работ: «Как сделана «Шинель» Гоголя» (Б.М. Эйхенбаум), «Как сделан «Дон Кихот»?» (В.Б. Шкловский).

Во второй половине XX века в рамках постструктурализма литература осознается сотканной из цитат, то есть, опять же, сделанной. Но если до появления теории постструктурализма литература осмысляется как картина (классическая живопись или авангард), то во второй половине прошлого столетия она воспринимается как коллаж, который «автор творит почти бессознательно, механически аккумулируя все предшествующие художественные приемы» [2,614]. Постструктурализм, к которому в качестве теоретической основы обратится постмодернизм, вообще отказывает объективной реальности в праве на существование: человек постигает мир через призму текстов, перед ним всегда предстает уже иллюзия, копия, вторичная реальность: «...нет ничего, существующего вне текста» [1,15]. Текст, таким образом, размыкается в мир других текстов, что обозначается постструктуралистами через понятие «интертекстуальность»: «...любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст – это впитывание и трансформация какого-нибудь другого текста» [5,167]. Правомерно обозначить такое отношение литературы к реальности через термин «вторичный мимесис»: если аристотелевский мимесис – это подражание природе, то «вторичный мимесис» – это мимесис мимесиса, подражание подражанию, копия копии. Постструктурализм предлагает другую точку зрения, отличающуюся от многовековой классической: литература подражает литературе.

Разумеется, все эти изменения в осмыслении феномена литературы и ее отношений с реальностью основываются на тех модификациях, которые претерпевает само словесное искусство в период от античности до наших дней. Если со времен Аристотеля и приблизительно до середины XVIII века литература отражает объективную реальность, то, что было или могло бы быть, и целью автора является доведение до читателя некоей истины, знаний, то уже такой писатель, как Ф. Рабле, создает произведение, которое совершенно не соотносится с этими требованиями. «Гаргантюа и Пантагрюэль» представляет скорее игру с читательскими стереотипами, пародию, увлеченность собой как самоцелью, нежели подражание природе, несущее в себе истину. Необычными, с точки зрения аристотелевской «Поэтики», являются романы «Дон Кихот» М. де Сервантеса и особенно «Жизнь и мнения Тристрама Шенди, джентльмена» Л. Стерна. В XX веке эти три произведения будут названы ранними образцами метапрозы, представляющей собой «род саморефлективного повествования, которое повествует о самом процессе повествования» [6,72], или fiction about fiction. Иными словами, это первые художественные произведения, в которых осмысляется не столько окружающая действительность, сколько феномен литературы.

Выше мы уже говорили о сакральном отношении к искусству романтиков, которое, конечно, не могло не оказать влияния на их обращенность к форме своих произведений; мы также отметили сосредоточенность на технике Г. Флобера. К этому можно добавить осознание искусственной природы литературы классицистами, подчинившими свои сочинения жесткому канону с целью создать совершенное с точки зрения формы произведение.

Процесс отражения литературной реальности литературой усложняется к XX веку, когда принципиально изменяется картина мира человека: естественнонаучные открытия, философия Ф. Ницше, I Мировая война, изобретение оружия массового уничтожения сделали невозможным прежнее гуманистическое отношение к человеку. Провозглашенное Р. Декартом «cogito», легшее в основу бытия картезианского субъекта, лишается прежнего значения, потому что именно разум становится пугающей, сокрушительной силой, способной уничтожить своего носителя.

Как следствие, литература оказывается освобожденной от основной функции, прописанной Аристотелем, – воспитательной, поскольку представляется невозможным воспитать личность в мире, лишившемся моральных устоев, ранее казавшихся незыблемыми. Возникает потребность в том, чтобы скрыться от пугающей, непонятной действительности. И своего рода «пристанищем» становится искусство, как это уже было в эпоху романтизма, с той принципиальной разницей, что для романтиков искусство было «отсветом божественной гармонии» [10,10], а для человека XX века

оно само становится Богом. Соответственно, искусство лишается каких бы то ни было этических оценок, а на первое место ставится не содержание, а форма, которая становится «основным носителем смысла» [8,258], причем эта направленность все усиливается: так, если в «Дублинцах», несмотря на воплощение основных идей модернизма, Дж. Джойс создает образ социума, «Портрет художника в юности» написан в традициях воспитательного романа, то незавершенные «Поминки по Финнегану» представляют собой сплошной эксперимент с формой.

Об этой особенности символизма, модернизма как «новой» литературы образно писал Х. Ортега-и-Гассет. Он обозначил основную тенденцию искусства конца XIX – первой трети XX века как «дегуманизация», то есть расчеловечивание, уход искусства от изображения привычных нам реальности, чувств, характеров. Суть способов дегуманизации сводится к изменению перспективы взгляда: «Пусть читатель вообразит, что <...> мы смотрим в сад через оконное стекло. Глаза наши должны приспособиться таким образом, чтобы зрительный луч прошел через стекло <...> и остановился на цветах и листьях. <...> Но, сделав усилие, мы сможем отвлечься от сада и перевести взгляд на стекло. Сад исчезнет из поля зрения, и единственное, что остается от него, – это расплывчатые цветные пятна...» [9,492]. Иными словами, дегуманизация – это сосредоточение внимания на художественной, а не содержательной стороне произведения.

Ожидаемым следствием данного процесса становится появление «нового романа» А. Роб-Грийе, Н. Саррот, Ф. Мориака, согласно идеям которых художник может видеть смысл своей деятельности «лишь в создании форм» [12,234]. В «новом романе» полностью утрачивается представление о сюжете, характере, герое, социальной обусловленности повествования, он представляет собой эксперимент, игру с традиционными литературными штампами и читательскими стереотипами: «This kind of fiction tends to be experimental and breaks with the traditional story-telling methods and form of the novel» [19,48]

Постмодернизм еще более углубляет эту тенденцию. Собственно, если мир являет собой текст, то любое произведение отражает исключительно текстовую, литературную реальность. Именно в эпоху постмодернизма наиболее ярко проявляет себя метапроза, классическими примерами которой можно назвать «Заблудившись в комнате смеха» Дж. Барта, «Одинокая жена Вилли Мастерса» У. Гасса, «Если однажды зимней ночью путник» И. Кальвино, «Бледный огонь» В. Набокова, «Пушкинский дом» А. Битова, в которых «стиль, язык и прочие атрибуты книжного бытия делаются <...> чуть ли не главными героями» [18,199]. Литературная реальность находит отражение не только в метапрозаических сочинениях. Ведь для постмодернизма в целом характерны фрагментарность, интертекстуальность, игра с языком, литературными клише, ирония над традициями, пародирование и самопародирование: постмодернистские произведения отличаются «высокой степенью теоретической саморефлексии <...>. Порой этот процесс превращается <...> в главный предмет изображения» [16,265] Установка на отказ от ангажированности писателя, от истины, реальности делают литературную игру единственным содержанием художественного произведения.

Разумеется, мы не хотим сказать, что литература рубежа веков не способна к выходу на уровень социальных обобщений и представляет собой исключительно интеллектуальную игру, интересную только профессионалам. Однако литературный пласт представлен сегодня в литературе очень ярко. Известно, что постмодернистский роман допускает любую трактовку своего смысла и даже признание читателем его полного отсутствия. Соответственно, произведение вполне допустимо читать и без учета литературного слоя. Однако, конечно, умение увидеть эту игру придает произведению большую интеллектуальную насыщенность, оригинальность и расширяет границы его интерпретации.

Роман современного американского писателя Дж. Хайнса «Рассказ лектора» (2001) ярко отражает эту особенность онтологического диалога между литературой и реальностью – осмысление литературой собственных внутренних процессов. Анализ данного произведения позволит наглядно представить литературную игру, которая ведется с читателем.

С точки зрения жанровой принадлежности «Рассказ лектора» – университетско-филологический роман, в равной степени сочетающий в себе признаки университетской и филологической прозы. В рамках настоящей статьи мы остановимся только на чертах жанра филологического романа в анализируемом произведении.

Рождение жанра филологического романа следует отнести ко второй половине XX века. Исследователи расценивают его появление как попытку преодоления угрозы культурного разложения, противостояния массовому искусству. Термин «филологический роман» на

Западе не используется, поскольку чаще всего англоязычная литература представлена именно университетско-филологическими романами, и исследователи относят их к жанру университетской прозы (трилогия Д. Лоджа, «Голубой ангел» Ф. Проуз, «Рассказ лектора» Дж. Хайнса). В отечественной же литературе жанр университетского романа не сформировался, поэтому филологическая проза представлена у нас в более «чистом» виде («Пушкинский дом» А. Битова, «Сентиментальный дискурс. Роман с языком» В. Новикова, «Довлатов и окрестности» А. Гениса, «Голубое сало» В. Сорокина). Утверждение этого понятия как термина принадлежит В.И. Новикову: «Филологическим <...> можно считать такой роман, где филолог становится героем, а его профессия — основой сюжета» [7,195].

Дж. Хайнс избирает местом действия своего произведения факультет английской литературы университета Мидвеста. Главный герой романа – филолог Нельсон Гумбольдт.

Остановимся коротко на сюжете «Рассказа лектора». Роман начинается с «черной полосы» в жизни Нельсона. Герой – внештатный лектор, и ему сообщают об увольнении. С тяжелыми мыслями о том, как ему кормить семью, Гумбольдт выходит на университетскую площадь, где студенты празднуют Хэллоуин. Герой спотыкается, и спицами проезжающего велосипеда ему отрезает указательный палец правой руки. В этот момент Нельсон слышит тринадцатый бой часов, видит склонившийся над ним серебристый овал лица и слышит голос: «Чем могу служить, профессор Гумбольдт?» [15,17] Палец удается пришить, и вскоре Нельсон понимает, что он обрел магическую силу – подчинять своей воле всякого, кого коснется. Герой начинает использовать эту власть, сначала испытывая муки совести, а потом уже безжалостно, Нельсон устраняет со своего пути всех соперников и становится деканом факультета. В конце романа герой терпит поражение: он является виновником пожара в библиотеке, смерти единственного друга, разрушает свою семью, остается посредственным ученым. «Рассказ лектора» заканчивается тем, что в жизни Гумбольдта наступает новый период, в котором ему предстоит все начинать сначала.

В соответствии с требованием жанра, в романе оказываются весьма ярко отражены проблемы современной литературы и литературоведения, филологический пласт является самым объемным в анализируемом произведении. Так, Нельсон Гумбольдт совершенно буквально проходит в своем становлении путь, по которому шло развитие англоязычной литературы от средневековья до наших дней; отрезанный палец героя символизирует собой уход воспитывающей литературы из жизни современного человека; система образов «Рассказа лектора» представлена враждующими «лагерями» профессоров, причем споры между ними за власть и за тот или иной литературоведческий подход к тексту оказываются равнозначными. В романе ведется чрезвычайно тонкая и интересная литературная игра с читателем: отдельного внимания и исследования заслуживают аллюзии, цитаты, пародии, эпиграфы. Дж. Хайнс иронически осмысляет жанры воспитательного, готического романов; писателю удается излагать и обыгрывать сложнейшие филологические проблемы в художественной форме, так, что роман остается интересным не только для специалистов, но и для читателя, не разбирающегося в вопросах филологии.

Мы рассмотрим более подробно одну из филологических проблем «Рассказа лектора», связанную с «превращением» реальности в текст и, как следствие, с подчинением человека литературе. Тема литературы и власти, которой уделяется пристальное внимание в философии постмодернизма, занимает одно из центральных мест в романе Дж. Хайнса.

В известной работе М. Фуко «Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы» анализируются эволюция форм власти, возникновение «идеальной» для современного нам общества техники контроля над каждым индивидом. Выводы, сделанные французским исследователем, Дж. Хайнс вводит в художественную канву романа, что позволяет писателю наглядно показать, какую силу, власть приобретает литература. Ученые-литературоведы оказываются в «Рассказе лектора» живущими в условиях наиболее развитой и эффективной с точки зрения надзора тюрьмы – Паноптикона, но одновременно Дж. Хайнс показывает в романе и нечто новое для современных условий: литература в «Рассказе лектора» обретает не просто идеологическую, но физическую власть над человеком – власть монарха, казнящего и пытающего тело подданного. Таким образом, автор еще ярче акцентирует подчиненность человека литературе. Утрирование мыслей М. Фуко, доведение их до «материального» воплощения в сюжете подчеркивает иронию писателя по отношению к литературоведению и литературоведам, «доведшим» литературу до жажды мести.

Сравним организацию пространства, в котором живут герои романа Дж. Хайнса, и архитектурную композицию Паноптикона. Университетский городок имеет выраженный центр - старое здание библиотеки, часовую

башню. Вид на библиотеку открывается из любой точки университета: «Часовая башня Торнфильдской библиотеки вздымалась над голыми сучьями...» [15,43]; «За окном он видел башню Торнфильдской библиотеки...» [15,327]. В этой библиотеке хранятся устаревшие научные труды, книги, исключенные из учебной программы. Следовательно, башня оказывается открытой для посещений, но они чрезвычайно редки, так как фонды не востребованы. Башня представляет собой центр, не замечаемый героями, что создает весьма благоприятные условия для осуществления наблюдения за каждым «обитателем» университета: с башни просматриваются кабинеты, центральная площадь, все шесть этажей нового книгохранилища.

Это пространство повторяет основные принципы Паноптикона: «... по периметру – здание в форме кольца. В центре – башня. В башне – широкие окна, выходящие на внутреннюю сторону кольца. Кольцеобразное здание разделено на камеры...» [14,290]. Для того чтобы наблюдаемые не могли видеть наблюдателя, в Паноптиконе предусмотрены решетки на окнах; эту же защиту от постороннего взгляда использует и американский писатель: «Он взглянул на пыльное стекло и <...> увидел ржавую железную решетку» [15,189].

Автор романа не останавливается на передаче внешнего сходства Мидвеста и Паноптикона. Дж. Хайнс переносит на страницы «Рассказа лектора» принципы осуществления надзора и наказания, применяемые в такой тюрьме.

Наиболее эффективная власть, с точки зрения М. Фуко, давшего ей название «дисциплинарной», основана на воздействии взгляда: «Совершенный дисциплинарный аппарат должен обеспечить способность видеть постоянно все «одним взглядом». Центральная точка должна быть <...> совершенным глазом, от которого ничто не ускользает, и центром, притягивающим к себе все взгляды» [14,253]. Именно такой надзор осуществляет за каждым преподавателем и студентом призрак, обитающий в библиотеке. Его местонахождение позволяет предположить, что это «дух хаоса, раздора, некий дух отмщения за отринутых писателей» [15,392], то есть призрак порожден литературой или даже является ею.

Обозначенная выше форма власти представляет собой результат длительной эволюции: физическая власть суверена над телом осужденного (пытки, публичные казни) через юридические реформы XVIII века сменяется в XX столетии дисциплинарной властью, муштрующей тела, оставляющей в них следы в виде привычек. Организованное по жесткой модели пространство Паноптикона позволяет контролировать каждый жест и поступок наблюдаемого, вносить постоянные коррективы в его действия с помощью поощрений и наказаний, воздействовать на него посредством ненасильственной власти взгляда. Тем самым любому индивиду, находящемуся под надзором такого рода, можно привить необходимую форму поведения.

Рассмотрим, каким образом осуществляется контроль над героями «Рассказа лектора». Каждый из них является представителем того или иного направления в литературоведении: традиционного, постмодернистского, феминистского и прочих. Соответственно, каждый рассматривает литературу с точки зрения избранного подхода: Антони Акулло «переписывает» Дж. Мильтона, Пенелопа О анализирует сексуальные предпочтения писателей, Марко Кралевич деконструирует тексты, Мортон Вейссман пишет многотомное академическое издание. Иными словами, герои видят в литературе объект, который можно трактовать, объяснять, оценивать. Но при этом нельзя не отметить, что все они, обозначив жесткие рамки для литературы, сами оказываются заключенными в них: Виктория Викторинис и Джилиан, выбравшие феминистскую критику, ведут непрекращающуюся интеллектуальную войну с коллегами-мужчинами, Марко Кралевич представляет собой человека-цитату (он может говорить, одеваться, мыслить, жить только цитатно), Вита Деонне, сфокусировавшая свое внимание на проблемах тела и пола, сама превращается в «истерийное» тело, не может вырваться за границы телесности. По сути, каждый герой представляет собой материальное воплощение собственной теории и повторяет ее путь. Например, Вейссман, представитель традиционного литературоведения, стареет на глазах читателя и оказывается не в состоянии отстаивать свои позиции, ему совершенно непонятна современная литературная ситуация. Этот герой еще входит в «Большую Тройку» Мидвеста, но не занимает никакой должности, а на традиционный праздник к Мортону давно приходят по привычке и из жалости.

Каждый преподаватель Мидвеста заключается литературой-наблюдателем в некую нишу, капсулу и становится объектом манипулирования. Интересно отметить, что их замкнутость имеет в романе «территориальное» воплощение в виде отдельных кабинетов, местоположение которых строго зафиксировано: чем выше должность, тем выше этаж. «Сколько камер-клеток, столько и театриков одного актера«, – отмечает М. Фуко [14, 292].

Как уже было отмечено выше, дисциплина Паноптиконе поддерживается системой поощрений и наказаний. Главные из них – повышение или понижение социального и профессионального статуса, и именно таким образом контролируется поведение героев «Рассказа лектора». Однако, в отличие от остальных персонажей, Нельсон Гумбольдт подвергается телесному наказанию, травме, лишению органа, причем это событие происходит на площади, публично, как во времена монарха-суверена. На наш взгляд, это акцентирует внимание на изменении онтологического статуса литературы, свидетельствует о росте ее влияния и власти.

Рассмотрим, что предшествует этому наказанию. Нельсон, выросший на классике, пытается найти свой собственный подход к литературе, некий средний путь, синтез между традиционным литературоведением и постмодернизмом, то есть превратить ее в объект. Это поощряется литературой-субъектом, уже выработавшей способы подчинения: «Еще в бытность свою ассистентом Нельсон ненадолго поднялся аж до пятого этажа» [15,11]. С целью получения постоянной должности герой пытается набрать публикации; добиться этого, как кажется Гумбольдту, можно только одним способом – «найти Хоггу более современное применение» [15,41]. Нельсон разбирает «Исповедь оправданного грешника» различными методами: с помощью психоаналитического прочтения, историологического, постколониального, гей/лесбийского истолкования и так далее. Литературное произведение подвергается «невиданной» объективации, герой обращается с ним как с вещью, предметом, причем самого Нельсона невозможно подчинить избранному им методу, потому что ни на одном из них он не останавливается. Герой использует литературу для достижения своих целей, покушается на нее. Ни потеря научного статуса, ни увольнение не останавливают Гумбольдта – тогда он подвергается телесному наказанию.

С точки зрения М. Фуко, публичные казни и пытки осужденного – прерогатива монарха, имеющего божественное право на телесное подчинение подданного. Данная форма власти является достаточно простой, в чем-то даже примитивной, основанной на физической силе. Дж. Хайнс показывает нам, как литература от дисциплинарной формы контроля переходит к физической, телесной. Можно отметить, что отсечение указательного пальца представляет собой метку, клеймо, обличающее преступление. Если человеку, покушавшемуся на жизнь царя, отрубали руку, то Нельсона Гумбольдта, указывающего на литературу, лишают пальца.

Итак, Дж. Хайнс воплощает в романе территориальную и идеологическую модель Паноптикона, проанализированную М. Фуко в работе «Надзирать и наказывать», и переносит ее на литературную почву. Хотелось бы отметить, что автор «Рассказа лектора» поднимает в романе не только литературные, но и философские, социальные, культурные проблемы конца XX века, однако все они даются сквозь призму литературы, на которой сосредоточено пристальное внимание американского писателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Р. S/Z / Р. Барт. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 232 с.

2. Гиленсон Б.А. История литературы США: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Б.А. Гиленсон. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 704 с.

3. Компаньон А. Демон теории. Литература и здравый смысл / А. Компаньон. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2001. – 336 с.

4. Косиков Г.К. От структурализма к постструктурализму (проблемы методологии): Монография / Г.К. Косиков. – М.: Изд-во «Рудомино», 1998. – 192 с.

5. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / Ю. Кристева. – М.: «Российская политическая энциклопедия« (РОССПЭН), 2004. – 656 с.

6. Липовецкий М.Н. Эпилог русского модернизма: Художественная философия творчества в «Даре» Набокова / М.Н. Липовецкий // Вопросы литературы. – 1994. – №3. – С. 72-95

7. Новиков В.И. «Филологический роман». Старый новый жанр на исходе столетия / В.И. Новиков // Новый мир. – 1999. – №10. – С. 193-205

8. Новикова В.Г. Очерки по истории зарубежной литературы XX века: Учеб. пособие / В.Г. Новикова, Т.А. Шарыпина. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2005. – 316 с.

9. Ортега-и-Гассет Х. «Дегуманизация искусства» и другие работы. Эссе о литературе и искусстве. – М.: Радуга, 1991. – 639 с.

10. Тишунина Н.В. Западноевропейский символизм и проблема взаимодействия искусств: Опыт интермедиального анализа: Монография / Н.В. Тишунина. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. – 160 с.

11. Тодоров Ц. Понятие литературы / Ц. Тодоров // Семиотика. – М.: Радуга, 1983. – С. 355 – 369

12. Трущенко Е.Ф. Французский «новый роман» в современном контексте / Е.Ф. Трущенко // Современный роман: Опыт исследования. – М.: Наука, 1990. – С. 232-245

13. Флобер Г. Письма 1831 – 1854 / Г. Флобер // Собр. сочинений: В 8 т. – М., Л.: Государственное изд-во художественной литературы, 1933. – Т.7. – 442 с.

14. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко. – М.: Ad Marginem, 1999. – 479 с.

15. Хайнс Дж. Рассказ лектора: Роман / Дж. Хайнс. – М.: ООО «Издательство АСТ», ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 412 с.

16. Черниченко Л.Л. «Черный юмор» как форма модернистского романа / Л.Л. Черниченко // Современный роман: Опыт исследования. – М.: Наука, 1990. – С. 245-255

17. Шлегель А.В. Из «Берлинского курса» / А.В. Шлегель // Литературные манифесты западноевропейский романтиков. – М.: Изд-во Московского университета, 1980. – С. 125-134.

18. Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны: О литературном развитии XIX–XX веков / М.Н. Эпштейн. – М.: Советский писатель, 1988. – 416 с.

19. Cuddon J.A. The Penguin dictionary of literary terms and literary theory / J.A. Cuddon. – London: Penguin books, 1979. – 1051 p.

Рецензент – В.В. Хорольский.-

Статья принята к печати 30.01.2006.

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АМПЛИФИКАЦИИ В СТИХОТВОРНОМ ТЕКСТЕ[1]

© 2007 Е.А. Горло

Таганрогский государственный педагогический институт

[1]В данной статье мы рассмотрим прагматический потенциал синтаксических средств речевого воздействия как часть прагматического потенциала поэтического дискурса.

Поэтический дискурс является сложной системой, включающей в себя участников коммуникации (отправителя и получателя), результат их речевой деятельности (поэтический текст) и обстановку порождения и восприятия поэтического текста. Поэтический текст, как часть поэтического дискурса, также является системой, состоящей из отдельных элементов и связей между ними [1, 12 – 13, 30, 32; 2, 24; 3, 6; 4, 271]. Если рассматривать элементы поэтического текста относительно языковых уровней, то систему поэтического текста составляют лексические, грамматические (морфологические и синтаксические), фонетические и графические языковые элементы.

Помимо того, что элементы языка передают в рамках поэтического текста определённую информацию о реальной действительности, об отправителе и получателе и т. д., они могут быть также носителями воздействия, которое автор оказывает на получателя поэтического текста, и составлять прагматический потенциал поэтического текста [5, 208; 6, 2]. Прагматический потенциал поэтического текста – совокупность прагматических потенциалов отдельных его элементов, т.е. совокупность прагматических потенциалов лексических, грамматических (морфологических и синтаксических), фонетических и графических средств языка. Рассмотрим прагматический потенциал поэтического текста на примере прагматического потенциала синтаксических средств речевого воздействия.

Выбирая средства языка для сообщения получателю информации, автор поэтического текста оказывает на получателя воздействие, затрагивая его чувства, вызывая различные эмоциональные реакции, побуждая к каким-либо действиям; изменяя отношение получателя к кому-либо или чему-либо [5, 208]. На уровне сообщаемой автором поэтического текста информации актуализируется информативная функция языковых средств. Так, например, синтаксические средства речевого воздействия могут использоваться автором поэтического текста для исчерпывающего перечисления событий, явлений, их признаков, действий, для создания целостной картины изображаемого (амплификация), для установления отношений тождества между отдельными элементами поэтического текста (анафора), для перераспределения основных и второстепенных признаков значений, для возведения служебных частей речи до уровня знаменательных (анжамбеман).

Прагматический потенциал поэтического текста определяется не только сообщаемой информацией, но и собственно структурой самого текста. Синтаксические средства речевого воздействия выполняют в поэтических текстах конструктивную функцию. С их помощью автор поэтического текста воздействует на получателя, последовательно располагая равнозначные синтаксические блоки (амплификация), связывая отдельные синтаксические конструкции в единое целое (анафора), соединяя искусственно разъединённые части синтаксических блоков (анжамбеман).

Выражая коммуникативные намерения автора, синтаксические средства речевого воздействия могут иметь в поэтических текстах функцию акцентирования, оценочную функцию, ассоциативную функцию и функцию нарушения ожиданий получателя. Функция акцентирования состоит при этом в выделении наиболее значимых элементов поэтического текста, оценочная функция – в выражении авторского отношения к конкретным элементам как к наиболее значимым, ассоциативная функция – в отсылке получателя

1 *Исследование проведено в рамках гранта Президента Российской Федерации для поддержки молодых российских ученых (МК-460.2007.6)*

от одних элементов поэтического текста к другим и сопоставлении их между собой, функция нарушений ожидания получателя – в дестабилизации структуры поэтического текста и привлечении внимания получателя к дестабилизирующим элементам.

Рассмотрим на примерах, как реализуется прагматический потенциал амплификации как одного из самых употребительных синтаксических средств речевого воздействия в поэтическом тексте.

Под амплификацией понимается нагнетание (нагромождение) в тексте синонимичных тропов или повторяющихся однородных конструкций для усиления речевого воздействия автора на получателя текста. Проанализировав поэтические тексты десяти поэтов-символистов, мы выявили на каждую 1000 актуализированных модально предикативных единиц (АМПГ) у И. Ф. Анненского 249 (24,9 %) случаев актуализации амплификации, у К. Д. Бальмонта – 234 (23,4 %), у А. Белого – 189 (18,9 %), у А. А. Блока – 367 (36,7 %), у В. Я. Брюсова – 239 (23,9 %), у М. А. Волошина – 270 (27 %), у В. И. Иванова – 139 (13,9 %), у Д. С. Мережковского – 329 (32,9 %), у В. С. Соловьёва – 269 (26,9 %), у Ф. К. Сологуба – 307 (30,7 %). Средний речежанровый показатель актуализации амплификации – 259,2 (25,92 %).

Рассмотрим, как посредством амплификации (нагромождения однородных синтаксических конструкций) автор добивается воздействия на читателя / слушателя поэтического текста. Попробуем сделать это, отталкиваясь от той информации, которая передаётся в рамках поэтического текста; от структуры поэтического текста; от коммуникативных намерений отправителя.

Автор отбирает для передачи информации однородные синтаксические конструкции, обладающие необходимым значением, и организует их в высказывании таким образом, чтобы установить между ними необходимые смысловые связи. Нагромождая однородные синтаксические элементы в рамках структуры поэтического текста, автор стремится к исчерпывающему перечислению событий, явлений и свойственных им признаков и действий [7, 347]. В этом состоит информативная функция амплификации как средства речевого воздействия. Например, в следующем поэтическом тексте:

И внезапно – в **эту бурю, в этот адский шёпот**,
В этот воплотившийся в земные формы бред,
Ворвался, вонзился чуждый,
несозвучный топот,
Заглушая **гулы, говор, грохоты карет**.
[8, 96];

посредством нагромождения однородных обстоятельств (*в эту бурю, в этот адский шёпот, В этот воплотившийся в земные формы бред*), сказуемых (*Ворвался, вонзился*), определений (*чуждый, несозвучный*) и дополнений (*гулы, говор, грохоты*) автор создаёт динамическую картину улицы, которая «была – как буря». Каждый из однородных членов не характеризует изображаемого достаточно точно, перекрещиваясь же, оттенки значения однородных членов предложения создают полную картину.

Упорядочивая отдельные элементы (однородные члены предложения) относительно других элементов (однородных членов предложения), автор соотносит их друг с другом в рамках конкретного поэтического текста – в этом заключается смысл синфункции амплификации. В то же время элементы, присутствующие в данном поэтическом тексте, соотносятся автором с другими такими же элементами в подобных поэтических текстах – в этом выражается автофункция амплификации [4, 271]. Совокупность двух подфункций (синфункции и автофункции) образует структурообразующую (конструктивную) функцию амплификации. Структурообразующая функция амплификации может быть раскрыта через обращение к композиционно-синтаксическому уровню организации стихотворения. Рассмотрим композиционно-синтаксический уровень организации в следующем поэтическом тексте:

О, небо, дай мне быть **прекрасным,**
К земле сходящим с высоты,
И лучезарным, и бесстрастным,
И всеобъемлющим, как ты.
[9, 8].

Композиционно-синтаксический уровень организации данного четверостишия связан с последовательным расположением в композиционной модели амплификации пяти синтаксических блоков, представленных однородными определениями (*...прекрасным, К земле сходящим с высоты, И лучезарным, и бесстрастным, И всеобъемлющим...*). В данном случае амплификация является одним из средств организации структурной целостности текста.

Упорядочение нагромождаемых однородных членов предложения соответствует коммуникативным намерениям отправителя. Чтобы определить коммуникативные намерения отправителя, нужно рассмотреть тема-рематическое членение текста [10, 65-66]. Обратимся к тема-рематическому членению отрывка следующего поэтического текста:

Расцветайте, расцветающие,
Увядайте, увядающие,
Догорай, объятое огнём, –
Мы спокойны, **не желающие,**
Лучших дней не ожидающие,
Жизнь и смерть равно встречающие
С отуманенным лицом.
[11, 5].

Нас интересует тема-рематическое членение синтаксического отрезка, в котором фиксируется нагромождение однородных определений (...Мы спокойны, *не желающие, Лучших дней не ожидающие, Жизнь и смерть равно встречающие С отуманенным лицом*.). Индикатором темы в контексте данного синтаксического отрезка является начальная позиция (препозиция по отношению к группе ремы) местоимения, к которому относится ряд однородных определений (*не желающие, Лучших дней не ожидающие, Жизнь и смерть равно встречающие С отуманенным лицом*). Индикатор ремы – постпозиция однородных определений. В данном контексте именно однородные определения являются носителями новой информации (ремой). Вынося новую информацию в постпозицию, автор привлекает к ней внимание читателя и тем самым воздействует на него.

К выражению коммуникативных намерений восходит также акцентирование автором поэтического текста отдельных элементов в рамках амплификации. Упорядочивая отдельные элементы (однородные члены предложения) относительно друг друга, автор поэтического текста акцентирует внимание получателя на наиболее важных из них. В этом состоит функция акцентирования амплификации.

Как правило, на первое место автором выносится наиболее важный однородный член [7, 411]. Рассмотрим использование автором амплификации в следующем четверостишии:

Ты мне была сестрой, то нежною, то страстной,
И я тебя любил, и я тебя люблю.
Ты признак **дорогой… бледнеющий… неясный…**
О, в этот лунный час я о тебе скорблю!
[12, 11].

В ряду однородных определений (*дорогой ... бледнеющий... неясный...*) ближе к определяемому слову (*признак*) стоит согласованное определение (*дорогой*). «*Дорогой*» в данном четверостишии – наиболее важная характеристика слова «*признак*».

Вынося на первое место один элемент из ряда других подобных элементов, автор поэтического текста выражает своё отношение к нему как к наиболее значимому, одновременно оценивая другие элементы как менее значимые. На выражении авторского отношения строится оценочная функция амплификации.

Амплификация может использоваться автором поэтического текста в функции нарушения ожиданий получателя. Поэтический текст – это, по сути – выражение отношения автора к изображаемой действительности и к самому себе [6: 2]. Выражение авторского отношения в рамках поэтического текста может быть достигнуто с помощью различных средств, в том числе и с помощью амплификации. Так, например, функцию нарушения ожиданий получателя амплификация выполняет в отрывке стихотворения:

Кругом – последнего мгновения
ужас вечный, –
В низверженных богах с улыбкой их беспечной,
В остатках от одежд, от хлеба и плодов,
В безмолвных комнатах и опустелых лавках
И даже в ларчике с флаконом для духов,
В коробочке румян, в запястьях и булавках…
[9, 22].

Нанизывание разнотипных понятий в данном поэтическом тексте воссоздаёт разрозненные, случайные картины гибели Помпеи, формирует эффект калейдоскопичного мелькания отдельных предметов и этим усиливает впечатление неожиданности развития изображаемых событий.

Прагматический потенциал амплификации составляет совокупность речевого воздействия, оказываемого автором на уровне информации, которая передаётся в рамках поэтического текста; на уровне структуры поэтического текста и на уровне коммуникативных намерений отправителя. При этом выбор автором поэтического текста амплификации, как средства воздействия на получателя, на каждом из этих уровней соответствует актуализации одной из функций амплификации (информативной, структурообразующей, акцентирования, оценочной, нарушения ожиданий получателя).

Воздействие, которое автор поэтического текста оказывает на получателя с помощью синтаксических средств языка, во многом зависит от норм стиля и жанра. Эти нормы предоставляют определённый инвентарь языковых средств для воздействия в рамках поэтического текста. Автор поэтического текста выбирает из этого инвентаря средств те, которые, с его точки зрения, наиболее удачны в данной речевой ситуации. Изучая прагматический потенциал синтаксических средств речевого воздействия, мы столкнулись с индивидуальными стратегиями воздействия авторов поэтических текстов.

Под индивидуальной стратегией воздействия автора на получателя мы понимаем выбор автором поэтического текста языковых средств различных уровней (в данном случае, это синтаксические средства речевого воздействия), осуществляя который, автор не только осознанно (намеренно) учитывает семантическую адекватность, синтаксическую правильность и прагматическую удачность использования языковых единиц, но и неосознанно актуализирует свои речевые привычки [13, 127].

Если с помощью индивидуальной стратегии автор поэтического текста оказывает на получателя то воздействие, которое изначально им

предполагалось, значит, она (стратегия) прагматически успешна. Если воздействие, которое автор поэтического текста оказал на получателя, не соответствует тому, которое автором изначально предполагалось, значит, стратегия была актуализирована неудачно.

В дальнейшем мы предполагаем остановиться на изучении индивидуальных стратегий выбора средств речевого воздействия авторами поэтических текстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лотман Ю. М. Лекции по структуральной поэтике [Текст] /

Ю. М. Лотман // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. – М., 1994. – С. 66-121. То же: [Электронный ресурс] / 1994. – Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/lotman/papers/lsp/2.html.

2. Мукаржовский Ян. Исследования по эстетике и теории искусства [Текст] / [Пер. с чеш.] Ян Мукаржовский; [Вступ. ст. Ю. М. Лотмана, с. 8-32; Комментарий Ю. М. Лотмана, О. М. Малевича]. – М.: Искусство, 1994. – 605, [1] с., 21 см. – (История эстетики в памятниках и документах). – Библиогр. в примеч.: с. 583 – 606. – ISBN 5-210-01299-9 (В пер.): Б. ц.

3. Виноградов В. В. Из истории изучения поэтики (20-е годы) /

В. В. Виноградов [Электронный ресурс] / 2004. – Режим работы: http://www.opojaz.ru/vinogradov/vinogradov_iz_istorii.html.

4. Тынянов Ю. Н. О литературной эволюции / Ю. Н. Тынянов [Электронный ресурс] / 2005. – Режим доступа: http://www.durov.com/literature1/tynyanov-77f.htm. То же: Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино / Ю. Н. Тынянов. – М., 1977. – С. 270-281.

5. Комиссаров В. Теория перевода [Электронный ресурс] / В. Комиссаров / 2000. – Режим доступа: http://belpaese2000.narod.ru/Trad/Komissar/kom09.htm.

6. Ульянов Е. А. Прагматический аспект перевода комического в романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» Электронный ресурс] / Е. А. Ульянов, 2005. – Режим доступа: http://www.utmn.ru/frgf/No4/text21.htm.

7. Голуб И. Б. Стилистика русского языка [Текст] / Ирина Голуб. – 4-е изд. – М. : Айрис-пресс, 1997. – 441 с. – 15000 экз.

8. Брюсов В. Я. Избранные произведения [Текст] / Вступительная статья и примечания В. Б. Муравьёва. Оформл. Л. Д. Бирюкова. – М.: Детская литература, 1973. – 287 с. с ил. – 100 000 экз.

9. Мережковский, Д.С. Стихотворения [Электронный ресурс] / 2005. – Режим доступа: http://www.litera.ru/stixiya/authors/merezhkovskij/all.html.

10. Садыкова Г. В. Порядок слов и проблема адекватного перевода текста электронных газет [Текст] / Г. В. Садыкова / II Международные Бодуэновские чтения: Казанская лингвистическая школа: традиции и современность (Казань, 11-13 декабря 2003 г.): Труды и материалы: В 2 т. / Под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Г. А. Николаева. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2003. – Т. 1. – С. 66-68.

11. Сологуб Ф. К. Стихотворения [Электронный ресурс] / Ф. К. Сологуб. – 2005. – режим доступа: http://www.litera.ru/stixiya/authors/sologub/all.html.

12. Бальмонт К. Д. Стихотворения [Электронный ресурс] / К. Д. Бальмонт. – 2005. – Режим доступа: http://www.litera.ru/stixiya/authors/balmont/all.html.

13. Матвеева Г. Г. К вопросу о речевых стратегиях скрытого воздействия отправителя текста на его получателя [Текст] / Г. Г. Матвеева. – Донской юридический институт: Личность, речь и юридическая практика: Межвуз. сб. науч. тр. Выпуск 6 / Главный редактор ректор ДЮИ, академик Академии гуманитарных наук РФ, доктор юридических наук, профессор Е. И. Дулимов. – Ростов-на-Дону: ДЮИ, 2003.– ISBN 5-89871-036-1 – 150 экз. – С.: 122-128.

Рецензент — О. Н. Чарыкова.

Статья принята к печати 14.03.2007.

«БЛАГОРОДНАЯ И ВСЕСТОРОННЯЯ КАРТИНА НАШЕГО ВРЕМЕНИ»: ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ АНДРЕ МОРУА

© 2007 М.А. Грищенко

Воронежский государственный университет

Андре Моруа (Andre Maurois, настоящее имя Эмиль Эрзог (1885–1967)) – писатель чрезвычайно плодовитый. Его литературное наследие насчитывает около 200 книг, более тысячи статей. Перу Моруа принадлежат романы, новеллы, критические статьи, философские статьи, литературные мемуары. И это не считая многочисленных публичных лекций, выступлений по радио и телевидению.

Широкую известность Моруа получил в первую очередь как автор биографических произведений, посвященных известным личностям. Среди них – пятнадцать объемных биографий: «Ариель, или жизнь Шелли», «Байрон», «Эдуард VII и его время», «Шатобриан», «Три Дюма» и другие. Однако особым успехом пользуются его «Литературные портреты», небольшие по объему повествования о великих писателях прошлого и настоящего, преимущественно французских. Именно они принесли Андре Моруа всемирную известность и славу создателя жанра «беллетризованной биографии».

Герои, которых Андре Моруа выбирает для своих литературных портретов, «разбросаны» по двум векам: конец восемнадцатого («Лабрюйер», «Вольтер»), девятнадцатый («Стендаль», «Бальзак», «Альфред де Мюссе») и двадцатый («Марсель Пруст», «Ромен Роллан», «Антуан де Сент-Экзюпери»). Из почти трехсотлетнего периода истории литературы он выбирал тех ее представителей, которые, видимо, отвечали его представлениям о настоящей творческой личности, о ее роли в обществе, о ценностях искусства. Поэтому для анализа «Литературных портретов» Моруа важно понять его эстетические принципы и пристрастия, его взгляды на искусство и бытие творческой личности.

Это особенно важно, поскольку отечественная критика советского периода рассматривала творчество писателя несколько однобоко, с особым упорством подчеркивая высокую оценку роли труда и трудового человека в творчестве автора «Литературных портретов» [см.: 3; 13]. Однако это нельзя назвать определяющим моментом в эстетической позиции Моруа. Она была гораздо более многообразной. Больше всего писателя интересовало искусство во всех формах его бытования, а также роль его в жизни общества [см.: 13, 195-196; 15, 7].

Размышления об искусстве рассыпаны по многим публицистическим статьям Моруа. В статье «Роль писателя в современном мире» он пишет, что искусство – вечное, неизменное начало, и вечно оно потому, что всегда отвечает человеческим потребностям. Пещерные жители рисовали животных на скалах, древние египтяне украшали барельефами могильные камеры, в средние века люди вкладывали свои деньги в строительство соборов. И сейчас *«мужчины и женщины, каково бы ни было их социальное положение, в какой бы стране они ни жили, покупают романы, ходят в театр, в кино»* [8, 69]. Искусство богаче жизни, и к тому же оно в состоянии ухватить самое ее суть, более истинную, чем это может воспринять поверхностный человеческий взгляд: *«От Ахилла и Патрокла до Дон Кихота и Санчо, от Андромахи до Беатриче, от Альбертины до Шарлюса писатель неизменно творит вечные формы, более истинные и более постоянные, чем формы самой жизни»* [8, 73]. Произведение искусства, таким образом, призвано открыть людям подлинную правду жизни.

Отсюда вытекает мысль о познавательной функции искусства. Писатель был уверен, что искусство способно помочь человеку понять внешний неупорядоченный мир. Оно один из инструментов познания мира наравне с наукой. Значение научного познания он не склонен был преувеличивать: *«Материалист слепо верует в науку, как во всемогущего бога, но мне такая религия чуж-*

да», – писал Моруа в статье «Во что я верю» [6]. Одного холодного разума, по его мысли мало, нужны еще эмоции, чувства, мораль. А хорошо выстроенный роман предлагает нам человеческие образы, более доступные нашему пониманию, чем научный трактат. *«Искусство – это человек, присовокупленный к природе, следовательно, это – природа, которая приближена к человеку»*, – объясняет Андре Моруа [8, 73]. Современник двадцатого века и его катаклизмов, писатель смог убедиться, что научные открытия несут не только прогресс, но и разрушение. В пору его жизни уже стало ясно, что все достижения разума должны опираться на четкую нравственную основу, и писатель неустанно отстаивал эту идею.

В этом отношении Андре Моруа сохранил в чем-то наивную, почти просветительскую веру в способность искусства воздействовать на человека, на его нравственность. *«Внешнему миру неведома нравственность, но ничто не мешает человеку создать свой мир и жить в согласии с самим собой и с людьми, которых он уважает, по законам, которые даруют душевный покой и чувство собственного достоинства»*, – пишет Моруа в статье «Во что я верю» [6]. Жизнь меняется, но остаются вечные ценности морали, нравственности, человеческого знания. Искусство может и призвано их сохранить.

Таким образом, для Моруа искусство – это и учитель жизни, и некое возмещение ее несовершенств. На примере произведения искусства человек учится прекрасному, воспринимает правила идеальной жизни. *«Великое искусство очищало людей и, я полагаю, делало их лучше. Такова одна из постоянных функций искусства. Оно и сегодня должно выполнять ее, хотя некоторые из наших художников об этом забывают»* [8, 72]. О необходимости нравственного урока, преподанного умным и талантливым произведением, Андре Моруа говорит открыто и очень часто.

В связи с многочисленными заявлениями такого рода писавшие о Моруа критики отмечали его связь с Просветительством [см., напр.: 2, 89]. Определенная доля истины в этом утверждении есть. Моруа всегда ощущал себя продолжателем великой национальной традиции. Однако его творчество падает на век двадцатый, когда вся общественная мысль и литература в том числе были полны тотального пессимизма и неверия в действенность человеческих усилий по преобразованию мира. Этому ведущему настроению эпохи Моруа намеренно противопоставляет веру в то, что человеческое общество может существовать, только опираясь на нормы морали и нравственности. И литература должна сыграть в этом самую непосредственную роль. Писатель, по мысли Андре Моруа, обязан напоминать человечеству о вечных нравственных устоях – Талант обязывает. Произведения великих писателей прошлого дороги ему именно тем, что *«зиждились на неколебимых ценностях: добре, любви, дружбе»* [8, 72]. Это одна из причин, по которым он рассказывает читателю об этих произведениях и их создателях.

В статье «Шестьдесят лет моей литературной жизни», подводя итоги сделанному, Моруа назвал себя моралистом. И объяснил это свое качество опытом долгой жизни и нравственным состоянием общества. *«В пору, когда вошло в моду презренье к добродетелям и нормам, без которых не может существовать общество, я совершенно естественно, в силу самой своей профессии, оказался вынужден их защищать. Это сделало из меня моралиста. Позднее я стал писать биографии и романы, но внутренним каркасом романиста и биографа во мне навсегда остался моралист, причем моралист не абстрактный, не пропитанный старыми предрассудками, но познавший современное общество, с ним тесно сотрудничавший, опирающийся и на литературную традицию, и на достижения культуры, и на деловую практику. Именно таким писателем меня сделала помимо моей воли активная и суровая фабричная жизнь»* [12, 34].

Установка на нравственные уроки, которые должны содержаться в творчестве любого писателя, конечно, роднит взгляды Моруа с эстетическими позициями просветителей. Однако он защищал моральные принципы искусства, уже пройдя через художественный опыт XX столетия. Поэтому он активно выступал против педантства и дидактизма и утверждал: *«Великие писатели не принуждали нас выносить приговор, что вернуло бы нас в царство необходимости»* [8, 72]. Поэтому не нужно навязывать читателю какие бы то ни было оценки, надо полагаться на его способности к суждению: *«Моральные оценки автора могут лишь испортить произведение искусства, роман или драму... Стало быть, никакой явной морали»*, – рассуждает Моруа в статье «Слову дано многое...» [9, 279]. Задача художника – обрисовать мир и человека таким, чтобы, *«не думая о нравственности, мы стали более нравственными»* [13, 280]. Для этого гораздо важнее четкая нравственная позиция самого автора, чем дидактизм и морализаторство. Моруа доверяет читателю, считая, что тот сам сможет вынести уроки из хорошего литературного произведения. Вместе с тем любопытно, что высоко ценя Флобера, Моруа тем не менее

считает, что автор «Госпожи Бовари» слегка «перебарщивает» в своей беспристрастности и отстраненности [8, 77]. Абсолютное «изгнание» автора и беспристрастная объективность повествования вызывала у него явное отторжение.

Видимо предупреждая возможные упреки в скучном морализаторстве и навязчивости, Моруа поясняет: *«Я вовсе не хотел бы, чтобы современные романисты превратились в проповедников нравственности, тогда бы они писали плохие романы. Я хотел бы только, чтобы они не превращались в проповедников безнравственности: тогда они стали бы не только плохими писателями, но и плохими гражданами. Я жду от них благородной и всесторонней картины нашего времени, которая могла бы достойно соперничать с тем, что создано в иные эпохи Шекспиром, Бальзаком и Толстым. И в этом нет ничего невозможного»* [9, 283].

В качестве одной из определяющих особенностей эстетики Андре Моруа критики называют и приверженность реализму [см.: 1, 5-12; 2, 89-90; 14]. Мысль бесспорная. Однако реалистические установки писателя отнюдь не сводятся к требованию полного и точного воспроизведения жизненных реалий. Для него наряду с этим важен еще и эстетический принцип (красота) и нравственная позиция (добро). По мнению Моруа, писатель должен соблюдать три главных заповеди: *«Он обязан говорить правду, он обязан стремиться к прекрасному, он обязан, наконец, защищать свободу, ибо без свободы нет правды»* [8, 98].

Поэтому, создавая литературные портреты художников прошлого, Моруа выбирал прежде всего тех, чье творчество удовлетворяло названным требованиям. Из множества французских писателей, представленных в серии «Литературных портретов», в первую очередь выделяются те, кого интересовали раздумья о человеке, проблема человеческого характера в его разных вариантах и исторических обличиях. Из старых писателей это – Монтень, Лабрюйер, девятнадцатый век представлен наиболее крупными романтиками – от Шатобриана до Гюго и Мюссе, из своего столетия писатель выбирает всех самых главных: Пруст, Мориак, Сартр, Камю и др.

По отношению к современной ему литературе писатель сохраняет некоторую дистанцию. В поле его зрения практически не попадают представители многочисленных авангардных течений века. Ему ближе классическая традиция. Однако это отнюдь не означает, что Моруа категорично отрицает нововведения современной литературы. Рассуждая о «двух открытиях двадцатого века» – открытии обыденности и открытии грез и бессознательного (Фрейд и Юнг), он признает, что оба этих начала занимают важное место в жизни, но при этом мир не сводится к ним. «*Ничто не мешает объединить в одном произведении действие, обыденность и бессознательность*» [12, 63], – считает Моруа. Осторожно относясь к новаторским формальным поискам, он, тем не менее, вынужден признать, что авторы-экспериментаторы *«мало-помалу изменяют язык, и в этом тоже есть польза»* [12, 64].

Как правило, «герои» литературных портретов соответствуют требованию «говорить правду и защищать свободу». Безусловно, в выборе персоналий для художественного исследования присутствует, и очень весомо, субъективный элемент. Моруа и сам писал об этом: *«...первоисточником и первопричиной значительной части написанного мною была моя собственная жизнь. ...Это значит, что, если среди великого множества возможных биографий я избрал именно жизнь Дизраэли, я ощущал между ним и собой, несмотря на все что нас разделяло, некую близость»* [12, 63].

Моруа создает блестящие портреты своих знаменитых современников. Почти ни одно из значительных имен века не обойдено его вниманием. Начиная с Франса и кончая Арагоном, представлены они в изображении мастера. Особенно большое и очень теплое повествование он посвящает Антуану де Сент-Экзюпери, своему личному другу и единомышленнику.

Немаловажно и то, что каждый раз Андре Моруа настаивает на актуальности творчества данного писателя. Даже рисуя портрет классика, он старается выявить в нем то, что делает его близким последующим поколениям. И тем самым тоже пытается преподать нравственный урок своим современникам.

Жанр биографии подходил для этого как нельзя лучше. И писатель дает этому объяснение. Во-первых, биография подлинна, и поэтому читатель в нее верит. Во-вторых, биограф в гораздо большей степени, чем романист, обязан передать всю сложность человеческого характера, поскольку каждая творческая натура по определению неоднозначна. *«Виктор Гюго отнюдь не был совершенством, я это знаю, но его противоречивые страсти помогли ему создать великие творения. Точно так же Жорж Санд на основании опыта собственной жизни, которая была «посредственной и такой же неудачной, как все жизни», создала образ прекрасной женщины – Консуэло»* [13, 277]. Создатель литературного портрета не выдумывает своего героя, он обязан пока-

зать все как есть, не имея права отмахнуться от того, что его возмущает или удивляет. И именно такое изображение – хороший урок для читателя.

Поэтому в центр каждого своего биографического очерка Моруа выдвигает именно личность своего героя, с его достоинствами и недостатками. Эпоха, социальная обстановка, окружение интересны Моруа скорее как фон жизнедеятельности изображаемой личности. Даже художественные создания такой личности выступают главным образом как форма ее самовыражения. Поэтому главным оказывается не столько творчество того или иного писателя, сколько его жизнь, нашедшая своеобразное отражение в этом творчестве; он стремится постичь человека, а не вписать главу в историю литературы. Поэтому было бы не совсем верно относить литературные портреты Андре Моруа к «чистой» критике. Это скорее некое художественное создание, творческий сплав критики и литературы, в котором сочетаются талант критика и романиста.

Безусловно, Андре Моруа – один из поздних представителей т. н. биографического метода, основателем которого по праву считается Ш. О. Сент-Бев. На это указывает большинство критиков [см.: 15, 8; 16]. Действительно, как и Сент-Бев, Моруа не разделяет писателя на человека и творца, для него бытие человека и бытие писателя едины. В портрете «Альфред де Мюссе» Андре Моруа пишет: *«Распространенное мнение о том, что не следует никакого значения придавать биографии художника, просто нелепо. Конечно, всякий шедевр прекрасен уже сам по себе, он кажется прекрасным и тем людям, которые ничего не знают об истории его создания. Но верно и то, что всякое произведение – это некий сплав мысли и чувства, это воздействие событий на ум художника и ответное воздействие его таланта на изображаемые события – явление удивительное, представляющее громадный интерес, и мы сами лишим себя возможности заняться увлекательным исследованием, если станем пренебрегать обстоятельствами, зачастую самыми незначительными, которые послужили непосредственной причиной зарождения пьесы или романа»* [5, 465].

Но вместе с тем, биографический метод Андре Моруа значительно глубже, чем метод Сент-Бева. Моруа признает, что произведение бесконечно глубже и шире биографии самого писателя. Художественное произведение, по его мнению, зависит от личного опыта писателя, но не напрямую, а опосредованно. Рассуждая о знаменитом выражении Флобера «Эмма Бовари – это я», он пишет: *«Что, собственно, должно означать это знаменитое выражение? Именно то, что оно выражает. Флобер бичует в своей героине собственные заблуждения»* [11, 509]. Главная причина несчастий госпожи Бовари в том, что она ждет от жизни того, что та не может ей дать, того, что сулят романтические книги. В подобном бегстве в «далекие края», в потребности в экзотике и состоит сущность романтизма, от которого с трудом исцелился сам Флобер. *«Приводя злополучную Эмму к пониманию ужасной действительности, писатель как бы очищается от собственных страстей. ...Она* [Эмма. – *М. Г.*] *грезит о совсем иной жизни и не желает жить той жизнью, какая ей дана. В этом ее порок; в этом же был и порок Флобера. Но ведь это и твой порок, лицемерный читатель»* [11, 510].

Как и для Сент-Бева, для Моруа была важна правдивость при создании биографии героя. Сам он утверждал, что в основе его произведений лежат только точные факты, взятые из документов, писем, газет, воспоминаний. *«Я придерживаюсь фактов так же строго, как авторы университетских диссертаций и профессиональные эрудиты»*, – объясняет Андре Моруа [12, 46]. К точности документалиста он добавляет «романический» элемент человеческой жизни. При этом он понимает «романическое» как стремление выявить развитие изображаемой личности, придать жизненным фактам некий внутренний сюжет, говоря его словами, передать *«неизбежный разрыв между тем преходящим образом мира и людей, который возникает у каждого подростка, и той более точной картиной, которую мало-помалу разворачивает перед ним время»* [12, 46-47]. В результате должна получиться картина человеческих взаимоотношений, познавая которую читатель будет постигать мир, *«...жить вместе с великим человеком, понимать его, им восхищаться – полезно»* [12, 47]. Такова позиция создателя портретов.

В своем «уважении» к факту Моруа идет дальше Сент-Бева. Он расширяет список факторов, воздействовавших на личность писателя, выявляя все возможные влияния и творческие связи. *«Когда пытаешься восстановить творческий путь писателя, его поиски, необходимо не упускать из виду влияния, которые на него воздействовали»* [12, 44], – пишет он.

При создании «портрета» Моруа обращает внимание на малейшие подробности жизни писателя, факты его биографии, которые, как кажется, не имеют прямого отношения к творчеству. Поэтому некоторые критики упрекали его в излишнем интересе к интимным подробностям жизни его героев. Действительно,

иногда в своем «биографизме» он достаточно откровенен. Он не стесняется, например, писать о болезнях знаменитых личностей, физиологических особенностях их организма. Но ему важно создать убедительный человеческий образ и, может статься, указав на «изъяны» в жизни и личности описываемого лица, привлечь внимание читателя, приблизить к нему фигуру, воздвигнутую судьбой и историей на недосягаемый пьедестал.

Яркий пример «увлекательного исследования» жизни писателя мы находим в литературном портрете «Жан-Жак Руссо». Моруа без особого стеснения сообщает читателю, что Руссо был подвержен болезни мочевого пузыря. По этой причине он был вынужден покинуть свет. Болезнь мешала его отношениям с женщинами. Из своего принудительного воздержания писатель вывел для себя целую моральную доктрину. «*Именно этому несовершенному механизму Жан-Жак и обязан своими заключениями; его беде мы обязаны «Исповедью» и «Новой Элоизой»*» [7, 421].

Ситуации в художественных созданиях изображаемых личностей порой позволяют Моруа сделать выводы, касающиеся их самих. Например, герой Стендаля всегда стремится к победе над женщиной, которая, как ему кажется, его унизила; так происходит и с Жюльеном Сорелем, и с Люсьеном Левеном. *«В обоих случаях в начале знакомства героев происходит эпизод, где фигурирует падение с лошади. И невольно начинаешь думать, что сам Стендаль был незадачливым ездоком»* [10, 483].

Одним словом, разнообразные подробности жизни своих знаменитых героев автор использует для того, чтобы выстроить целостный образ, объяснить личностные и творческие особенности изображаемого лица.

Конечно, эстетические взгляды Андре Моруа никак нельзя назвать оригинальными. Призыв к объективности, утверждение вечных нравственных ценностей, вера в воспитательную роль искусства, его социальное значение, все это было неоднократно сформулировано предшественниками Моруа. Однако его взгляды приобретают свою долю оригинальности и актуальности, если вспомнить, в какое время жил писатель. Свидетель и участник основных событий общественной и литературной жизни бурного двадцатого века, он должен был выработать собственную позицию. На его глазах происходила коренная ломка устоев и взглядов, быстро сменяли друг друга литературные течения. Все более популярными становятся различные «-измы», далеко уводящие от классического искусства. Писатели и философы говорят о никчемности усилий «сизифова труда» – жизни человеческой. Литературные произведения поражают самыми причудливыми формами и идеями. На этом фоне Андре Моруа выглядит и выступает намеренно старомодным, противостоящим тотальному пессимизму и разочарованности века своей приверженностью старой доброй традиции верить в Человека, делать его лучше, в том числе и с помощью литературы.

Жанр литературного портрета идеально подходил для того, чтобы и рассказать современникам об интересных и значимых личностях, преподать на их примере нравственный урок, и выразить свои эстетические взгляды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев К. Три Дюма и Андре Моруа / К. Андреев // А. Моруа. Три Дюма. Литературные портреты. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1974. – С. 5-12.

2. Зарубежные писатели. Библиографический словарь. В 2 ч. / Под ред. Н. Т. Михальской. – М.: Просвещение, 1997. – С. 89-90.

3. Литературная энциклопедия. – Т. 7. – 1934. – (http//www.feb web.ru//litence/encycloped/le7-5111.htm).

4. Моруа А. Ален // А. Моруа. Три Дюма. Литературные портреты. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1974. – С. 694-710.

5. Моруа. А. Альфред де Мюссе // А. Моруа. Три Дюма. Литературные портреты. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1974. – С. 455-471.

6. Моруа А. Во что я верю – (http//www.morua.ru/lb-sb-elkniga-1604).

7. Моруа А. Жан-Жак Руссо // А. Моруа. Три Дюма. Литературные портреты. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1974. – С. 417-421.

8. Моруа А. Роль писателя в современном мире // А. Моруа. Шестьдесят лет моей литературной жизни. – М.: Прогресс, 1977. – С. 68-100.

9. Моруа А. Слову дано многое... // А. Моруа. Шестьдесят лет моей литературной жизни. – М.: Прогресс, 1977. – С. 270-285.

10. Моруа А. Стендаль // А. Моруа. Три Дюма. Литературные портреты. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1974. – С. 471-487.

11. Моруа А. Флобер. «Госпожа Бовари» // А. Моруа. Три Дюма. Литературные портреты. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1974. – С. 504-517.

12. Моруа А. Шестьдесят лет моей лите-

ратурной жизни // А. Моруа. Шестьдесят лет моей литературной жизни. – М.: Прогресс, 1977. – С. 26-67.

13. Моруа А. Я против оргии отчаяния // А. Моруа. Шестьдесят лет моей литературной жизни. – М.: Прогресс, 1977. – С. 269-278.

14. Наркирьер Ф. С. Андре Моруа / Ф. С. Наркирьер. – М.: Художественная литература, 1974. – 224 с.

15. Наркирьер Ф. С. Андре Моруа: Литературные портреты / Ф. С. Наркирьер // Моруа А. От Монтерлана до Арагона. – М.: Радуга, 1983. – С. 7-26.

16. Попова А. В. Французский литературный портрет: Ш.-О. Сент-Бев и А. Моруа. – (www.referat.mpgu.edu.ru/fil.103/referat.html).

Рецензент – С. Н. Филюшкина.
Статья принята к печати 15.10.2006.

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТА «ЖЕНЩИНА»

© 2007 М.С. Досимова

Астраханский государственный университет

Для исследования содержания концептов может быть использована методика ассоциативного эксперимента, что позволяет выявить содержание концепта в актуальном когнитивном сознании народа и ранжировать когнитивные признаки, образующие концепт, по степени яркости.

Нами был проведен направленный ассоциативный эксперимент для определения ассоциативного поля, вербализующего концепт «*женщина*» в русском языковом сознании. Период проведения эксперимента: июнь – октябрь 2006г. Эксперимент проводился в Астрахани и населенных пунктах Астраханской области.

В эксперименте приняли участие 298 человек. Испытуемыми выступали студенты и преподаватели Астраханского ГУ, учителя школ, врачи, экономисты, юристы, продавцы, пенсионеры. Из них женщин 165, мужчин - 133; 229 городских и 69 сельских жителей. Из числа опрошенных – 194 в возрасте от 15 до 25 лет (младшая возрастная группа); 55 человек в возрасте от 26 до 40 лет (средняя возрастная группа); и 49 человек в возрасте от 41 и старше (старшая возрастная группа).

Испытуемым была предъявлена следующая инструкция: «Просим вас принять участие в психолингвистическом эксперименте, который проводится в научных целях», и предлагалось письменно ответить на вопрос «Женщина – какая?». Предлагалось дать три ассоциативные реакции на слово-стимул «женщина», время выполнения задания не ограничивалось. Эксперимент осуществлялся как в групповой, так и в индивидуальной форме. Групповой эксперимент проводился с 10-15 испытуемыми за один сеанс.

В результате эксперимента от испытуемых было получено 916 реакций на ключевое слово-стимул «женщина».

Результаты эксперимента

Ассоциативное поле стимула ЖЕНЩИНА имеет следующий вид:

Женщина – какая? (916)**:** *красивая 189; умная 105;стройная 40; добрая 35; нежная 29; ласковая 23; женственная 18; заботливая, привлекательная, элегантная 16; молодая 13; ухоженная 12; любимая, хитрая 11; любящая, симпатичная, скромная 10; блондинка 9; милая, обаятельная, образованная, сексуальная 8; веселая, стильная 7; высокая, интеллигентная 6; аккуратная, деловая, загадочная, замужняя, модная, пожилая, сильная 5; богатая, интересная, мягкая, приятная, работящая, старая, хозяйственная, хорошая, целеустремленная 4; взрослая, воспитанная, глупая, гулящая, злая, изящная, капризная, мудрая, общительная, порядочная, самостоятельная, свободная, серьезная, стервозная, счастливая, толстая, хорошая хозяйка 3; бизнес-леди, брюнетка, вежливая, вредная, выносливая, грациозная, естественная, коварная, культурная, маленькая, миловидная, надежная, накрашенная, независимая, некрасивая, одинокая, отзывчивая, очаровательная, прекрасная, роковая, рыжая, светлая, семейная, спокойная, страшная, терпеливая, трудолюбивая, уверенная – 2; активная, безжалостная, белокурая, беременная, бесподобная, болтливая, великолепная, внимательная, воздушная, вульгарная, высокомерная, в парике, гламурная, голая, голубоглазая, гордая, грамотная, длинноволосая, длинноногая, домохозяйка, доступная, единственная, жалостливая, жизнерадостная, жгучая, Женщина!!!, жестокая, заботливая мать, замечательная подруга, зануда, знающая, знающая себе цену, идеальная, ироничная, кареглазая, классическая, кокетливая, коммуникабельная, кормящая, кроткая, крупная, легкая, любвеобильная, любопытная, лохматая, мама, мама, а иногда и папа, Мегера, миниатюрная, мужественная, мученица, «мягкая и пушистая», нарядная, невысокого роста, недоступная, необыкновенная, неповторимая, неряха, несчастная, неуклюжая, не пацан, обольстительная, обходительная, одухотворенная, опрятная, оригинальная, ответственная, отличная мать, полная, понимающая, потрясающая, прелестная, приветливая, прилежная, приятной внешности, прозорливая,*

пунктуальная, разнообразная, самодостаточная, сексапильная, слабая, смелая, смуглая, солидная, состоявшаяся, спешащая, спортивная, справедливая, с достоинством, с задумчивым взглядом, с обложки, с прямыми ногами, таинственная, талантливая, темноволосая, уверенная в своем мужчине, удачливая, утонченная, характерная, хорошо одетая, хрупкая, целомудренная, шикарная, эгоистка, экстравагантная, эротичная, эффектная 1.

Полученные ассоциаты были подвергнуты процедуре когнитивной интерпретации [1], то есть были сформулированы когнитивные признаки, объективируемые данными ассоциатами. Полученные когнитивные признаки были обработаны методом полевой стратификации, были вычленены ядро, ближняя, дальняя и крайняя периферия.

Ядро (445) (49 %)

Внешне привлекательная (265) (*красивая 189; стройная 40; привлекательная 16; симпатичная 10; миловидная, прекрасная 2; приятной внешности, с голубыми глазами, с длинными волосами, с длинными ногами, с обложки, с прямыми ногами 1*);

Умная (105);

Заботится о других (75) (*нежная 29; ласковая 23; заботливая 16; отзывчивая 2; внимательная, заботливая мать, замечательная подруга, отличная мать, понимающая 1*);

Ближняя периферия (175) (19,1%) 19 %

Женственная (42) (*женственная 18; элегантная 16; изящная 3; грациозная 2; Женщина !!!, не пацан, утонченная 1*);

Добрая (40) (*добрая 35; мягкая 4; жалостливая 1*);

Следит за внешностью (36) (*ухоженная 12; стильная 7; аккуратная, модная 5; накрашенная 2; в парике, нарядная, опрятная, спортивная, хорошо одетая 1*);

Производит положительное эмоциональное впечатление (36) (*милая, обаятельная 8; приятная 4; очаровательная 2; бесподобная, великолепная, гламурная, жгучая, «мягкая и пушистая», необыкновенная, неповторимая, обольстительная, оригинальная, потрясающая, прелестная, шикарная, экстравагантная, эффектная 1*);

Деловая (21) (*деловая 5; целеустремленная 4; самостоятельная 3; бизнес-леди, независимая, уверенная 2; активная, ответственная, самодостаточная 1*);

Дальняя периферия (277) (27,6 %) 31,9%

Культурно себя ведет (15) (*интеллигентная 6; воспитанная 3; вежливая, культурная 2; обходительная, приветливая 1*);

Игривая и беспечная (14) (*веселая 7; счастливая 3; воздушная, жизнерадостная, ироничная, легкая 1*);

Молодая (13);

Хитрая (13) (*хитрая 11; коварная 2*);

Сдержанна в поведении (12) (*скромная 10; кроткая, недоступная 1*);

Любимая (11);

Любящая (11) (*любящая 10; любвеобильная 1*);

Сексуально привлекательная (11) (*сексуальная 8; голая, сексапильная, эротичная 1*);

Представляет собой загадку (11) (*загадочная 5; интересная 4; с задумчивым взглядом, таинственная 1*);

Светловолосая (10) (*блондинка 9; белокурая 1*);

Обладает твердостью духа (10) (*сильная 5; выносливая, терпеливая 2; мужественная 1*);

Образованная (9) (*образованная 8; грамотная 1*);

Пожилого возраста (9) (*пожилая 5; старая 4*);

Злая и плохая (9) (*злая, стервозная 3; вредная 2; мегера 1*);

Хорошая хозяйка (8) (*хозяйственная 4; хорошая хозяйка 3; домохозяйка 1*);

Вызывает доверие (7) (*серьезная 3; надежная 2; прилежная, солидная 1*);

Состоит в браке (7) (*замужняя 5; семейная 2*);

Высокого роста (6);

Много работает (6) (*работящая 4; трудолюбивая 2*);

Внешне непривлекательная (6) (*некрасивая, страшная 2; лохматая, неряха 1*);

Хорошая (5) (*хорошая 4; идеальная 1*);

Обладает жизненным опытом и предвидит события (5) (*мудрая 3; знающая 1; прозорливая 1*);

Общительная, разговорчивая (5) (*общительная 3; болтливая, коммуникабельная 1*);

Полная (5) (*толстая 3; крупная, полная 1*);

Ведет развратный образ жизни (5) (*гулящая 3; вульгарная, доступная 1*);

Богатая (4)*;*

Порядочная (4) *порядочная 3, целомудренная 1;*

Невысокого роста (4) (*маленькая 2; миниатюрная, невысокого роста 1*);

Глупая (3)*;*

Свободная (3)*;*

Капризная (3)*;*

Взрослая (3)*;*

Темноволосая (3) (*брюнетка 2; темноволосая 1*);

Обладает чувством собственного достоинства (3) (*гордая, знающая себе цену, с достоинством 1*);

Естественно себя ведет (2) (*естественная 2*);

Жестокая (2) (*безжалостная, жестокая 1*);

Несчастная (2) (*мученица, несчастная 1*);

Одинокая (2);

Роковая (2);

Рыжеволосая (2) (*рыжая 2*);

Слабая (2) (*слабая, хрупкая 1*);

Со светлой кожей (2)*;*

Уравновешенная (2); (*спокойная 2*);

Успешная (2) (*состоявшаяся, удачливая 1*);

Является матерью (2) (*мама, мама, а иногда и папа 1*)*;*

Беременная (1);

Крайняя периферия (19) (4,7 %) 0,10%

Высокомерная (1);
Единственная (1);
Классического образа (1);
Кокетливая (1);
Кормящая (1);
Любопытная (1);
Неуклюжая (1);
Нудная (1);
Одухотворенная (1);
Пунктуальная (1);
Своенравная (1);
Смелая (1);
С карими глазами (1);
Со смуглой кожей (1);
Спешащая (1);
Справедливая (1);
Талантливая (1);
Требует защиты (1) (*хрупкая 1*);
Уверенная в мужчине (1) (*уверенная в своем мужчине 1*);
Эгоистичная (1).

Итак, в концепте «*женщина*» наиболее яркими когнитивными признаками являются *внешне привлекательная* (265 реакций), *умная* (105 реакций) и *заботится о других* (75 реакций), которые составляют ядро данного концепта и свидетельствуют о наиболее значимых для русского сознания качествах, присущих женщине.

Ближняя периферия представлена признаками, которые также указывают на значимость внешнего вида женщины. При этом количество реакций, объективирующих внешнюю привлекательность, значительно преобладает над нравственными признаками, следовательно, концептуализация женщины в русском когнитивном сознании опирается, в основном, на внешние признаки. Яркими когнитивными признаками являются *женственная, добрая, следит за внешностью* и *деловая*. В целом, ядро и ближняя периферия состоят из когнитивных признаков положительной акцентуации.

Дальняя периферия довольно обширная, а крайняя периферия незначительна, что свидетельствует о достаточно высокой стереотипизации концепта русским сознанием и незначительности индивидуальных концептуальных различий носителей языка. Больших разрывов в яркости признаков в этих зонах периферии не выявлено. В них также преобладают позитивные оценочные признаки, что позволяет сделать вывод о положительно-оценочной акцентуации концепта «*женщина*» в русском когнитивном сознании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И.А. Когнитивная интерпретация результатов лингвистических исследований / И. А. Стернин // Новое в когнитивной лингвистике / Под ред. М. В. Пименовой. – Кемерово, 2006. – С.155-163.

Рецензент — И.А.Стернин.
Статья принята к ечати 11.11.2006 г.

ЧЕЛОВЕК «СМУТНОГО ВРЕМЕНИ» В ПОВЕСТИ Л. БОРОДИНА «ЦАРИЦА СМУТЫ»

© 2007 В.И. Дружинина

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова

Имя Л. Бородина, современного писателя-прозаика, стало известно в конце 1970-х – начале 80-х годов. За границей, переведенные на многие европейские языки, были напечатаны его повести: «Гологор», «Третья правда», «Повесть странного времени», «Год чуда и печали». Первая книга в России появилась в 1990 году. Причины столь необычного явления кроются в политических и религиозных убеждениях писателя, за которые в советские годы он претерпел гонения и репрессии. В 1960-х годах Л. Бородин являлся членом Всероссийского социал-христианского союза освобождения народа – организации, выступавшей против существующего в СССР социального строя, указывавшей на его враждебность человечеству и необходимость его свержения. ВСХСОН высказывался за необходимость следовать русским духовным и национальным традициям. За участие в работе ВСХСОН Л. Бородин был арестован и провел 6 лет в заключении. Именно там он впервые взялся за перо и осознал себя писателем. После возвращения, с 1973 по 1982 год, Л. Бородин занимался созданием журнала с национально-православной направленностью и литературной деятельностью. За публикации своих произведений за рубежом он был снова осужден на 10 лет, но был освобожден в первые годы перестройки. Уже много лет Л. Бородин успешно работает как писатель: он автор многих известных произведений: «Ловушка для Адама», «Расставание» и др. Писатель осуществил свою мечту об издании журнала: с 1992 года по настоящее время он – редактор журнала «Москва», где печатаются произведения, авторы которых стремятся следовать традициям русской классики XIX и XX веков. И как писатель, и как редактор ***«он избежал искуса новейшего «эстетизма», в какие бы формы оно не рядилось, видимо, понимая, что без понятия «совесть» русская литература все равно, что немецкая без философии, французская – без любви и английская – без юмора»*** [1, 4].

Отличительная особенность писателя Л. Бородина – стремление художественно осмыслить проблемы духовно-нравственного состояния современного общества, причем проблемы нашего времени он нередко рассматривает сквозь призму прошлого. В программном его произведении «Третья правда», военных рассказах, исторических повестях он пытается привлечь внимание читателей к вопросам нашего переломного времени, актуализируя их на фоне главных событий российской истории.

Повесть Л. Бородина «Царица смуты» впервые была опубликована в 1996 году в журнале «Москва». Работа над повестью продолжалась несколько лет. Для писателя тема смуты – одна из доминантных тем. Автора «Повести странного времени» и исторической повести «Царица смуты» волнует «проблема разрушения национальной целостности, веками длящийся конфликт внутри своих, всегда губительный для всех его участников» [10, 156].

В основе сюжета повести – один из самых сложных периодов истории России, так называемое «смутное время», эпоха самозванцев и жестокой борьбы за царский престол. Смутное время – это ***«…итог кризиса веры. Смута началась в конце девятнадцатого века, и сегодня она еще не закончилась»*** [4], –считает Л. Бородин. Смутное время с его многочисленными поворотами и интригами привлекательно для воплощения на сцене, в литературе. Уникальное явление русской исторической жизни – самозванство – вызывало большой интерес у историков, драматургов, писателей. Естественно, что наиболее притягательным образом для художников являлся образ первого самозванца – Лжедмитрия I, с него начался поток самозванцев на Руси. В большинстве литературных произведений о смутном времени уделялось внимание именно Лжедмитрию I: «Дмитрий Самозванец» Ф. В. Булгарина, А. С. Хомякова, «Лжедмитрий» А. А. Шишкова, «Борис Годунов» А. С. Пушкина, «Царь Борис»

А. К. Толстого. Гораздо меньше внимания уделено в литературе женщинам периода смуты: в наше время совершенно забыты «Марина Мнишек» А. Д. Львовой, «Царь Дмитрий Самозванец и царевна Ксения» А. С. Суворина, «Ксения и Лжедмитрий» Н. Л. Пушкарева.

Л. Бородин делает героиней своей повести Марину Мнишек, польку, жену самозванца Лжедмитрия. Ее глазами он смотрит на русских в смуте, дает оценку западного человека русских событий. Действие повести Л. Бородина происходит на исходе «активной фазы» смуты: пресекновение царской династии и венчание на царство лиц не царского звания, да еще с очень темным прошлым, дестабилизировали обстановку. Метание бояр в поисках своего царя, послушного и лояльного к ним, претензии со стороны Швеции, Речи Посполитой – все это всколыхнуло народ во всем государстве. Стремление добиться личной выгоды, разъединение сословий, участие казачьей вольницы в событиях смутного времени расшатало государственные устои настолько, что встал вопрос о существовании собственно российского государства.

В основе сюжета – скитания потрепанного войска бывшей московской царицы в поисках достойного выхода из сложившихся не в ее пользу обстоятельств. В повести можно выделить три сюжетных линии: скитания войска по степи и короткое пребывание в Астрахани, бой на реке Яик и окончательный разгром сил Марины Мнишек войсками московского царя. К началу повести все главное уже произошло, и все ожидают развязки. Смута затихает, новый царь восседает на престоле. Писатель дает ретроспективно события, которые предшествовали появлению Марины Мнишек в пределах Московского государства. А. И. Солженицын считает, что ***«такой выбор сюжета мог иметь целью и, во всяком случае, вел к переносу центра внимания на психологию, внутреннюю жизнь Марины Мнишек»*** [15, 149].

Трактовка образа Марины Мнишек Л. Бородиным расходится с общепринятой. Начиная с А. С. Пушкина, Марину Мнишек традиционно оценивают как расчетливую, эгоистичную и крайне амбициозную женщину. У Пушкина и Марина, и ее отец действуют заодно: Марина подана как активная соучастница интриги. Цель ее – Москва, Кремль, трон и все Московское государство. Марина в «Борисе Годунове» кладет на одну чашу весов свое расположение, свою любовь к московскому царю, а на другую – захват Москвы самозванцем Дмитрием. Она словно подталкивает и манит его за собой. Расчетливая полька с царскими амбициями – такова Марина Мнишек у Пушкина. Современный исследователь М. Г. Лазуткина упоминает поэму А. Д. Львовой «Марина Мнишек» (1882) в качестве произведения, продолжающего пушкинскую традицию. Автор поэмы наделяет свою героиню расчетливостью, сильной волей, а исследователь считает: ***«Характер Марины в высшей степени удался поэтессе, которая двумя фразами весьма точно характеризует свою героиню: «В кокетстве милого ребенка / Расчет таился старика...», а «...престол / Ей заменил любовь и счастье...»»*** [13, 171].

Л. Бородин не отрицает общепризнанных исторических фактов и сложившейся литературной традиции, но Марина у него прежде всего жертва. Эпиграфом ко всей повести можно было бы взять слова боярина Олуфьева: ***«...несчастная женщина, соблазненная царством и обманутая людьми...»*** [8, 93]. Марина Мнишек представлена автором как жертва политического расклада европейских хитросплетений. Как только она из простой шляхтянки становится невестой Дмитрия, в силу вступают интересы различных групп, государств, религий. Она не интересна никому как дочь воеводы из Самбора, но как польская подданная на московском престоле она волнует многих. Она – «козырная карта» в руках Европы. Но ни отцу, ни Речи Посполитой, ни Риму не интересна судьба московской царицы при неудачном исходе всей авантюры.

Характер Марины Мнишек раскрывается через ее мысли, слова, чувства, поступки. Большое значение придается не столько внешности царицы, сколько тому впечатлению, которое она производит на окружающих в минуты, когда решается судьба каких-либо событий. И Заруцкий, и Олуфьев ее воспринимают как ***«хрупкую, маленькую»*** и даже ***«тихую»*** женщину. Но если первый стремится извлечь из ее любви корысть: ***«Теперь только ее именем, да еще именем ее ублюдка живо казацкое дело...»*** [8, 25], то второй проникается жалостью к слабой женщине и хочет ***«... взять ее на руки и вынести прочь из смуты...»*** [8, 30].

Марина Мнишек в повести Л. Бородина показана как человек западного мышления, где зачастую закон заменяет совесть. Для своих действий она подыскивает подходящую рациональную основу, выстраивая вполне логичное оправдание своим поступкам. Она просит у Бога справедливости для себя, у народа и бояр московских требует следования клятвам и обещаниям, так щедро раздаваемым ими во время ее приезда в Московию. Марина часто взывает к заступничеству Девы Марии. Но в ее молитвах нет искренности, она и с Богом говорит о себе так, как привыкла думать: она есть царица московская, ее сын – законный наследник. Не открывает она всей правды перед ликом Божьей Матери, хотя

знает наверняка, что Дмитрий – самозванец, и, следовательно, неправедные дела имеют самые непредсказуемые последствия. В душе Марины, как убедительно показывает автор повести, вступают в противоборство вера в законность своих претензий на московский трон и осознание обмана, коренящегося в самом факте существования двух Дмитриев, о которых упоминается в тексте как о неких тенях. Именно поэтому она стремится убедить себя в том, что покровительство Божье, замысел Божий ее хранит. Для подтверждения своей правоты она проходит в сильнейшую грозу по стене астраханского кремля. Оставшись невредимой, видит в том волю Божью и с этого момента полагается только на нее, невзирая на невыгодное для ее войска стечение обстоятельств. Гордыня и страсть к власти являются главной ловушкой, в которую попадают герои многих произведений Л. Бородина, в том числе и Марина Мнишек. Ведь свою мысль о царстве она не оставляет до конца, стараясь приспособиться, обойти все препоны и препятствия и достичь своего любым путем. Только расчет свел двух участников смуты: Марину и атамана Заруцкого. Они используют друг друга, и каждый определяет для сподвижника в будущем отнюдь не главную роль. Царица для Ивана Заруцкого – как ступенька в его жизни: необходимая, но временная. И сам атаман тоже является для Марины не чем иным, как средством достижения цели: ***«Совесть могла бы подсказать Марине, что сама-то она в былых планах своих приговорила Ивашке дойти только до стены кремлевской, и не шагом далее»*** [8, 21].

Драма Марины заключается и в том, что она считает себя московской царицей, но, как человек западного мышления, в душе не может понять «русинов», их образа мыслей, их поведения. Не зная людей той страны, куда ее забросила судьба, Марина не может осознать всей тяжести ситуации, той смятенности в умах и сердцах русских, которые то устремляются в сторону польскую в поисках законного (настоящего) царя, то в сторону самозванцев и самозваных царей, избранных толпой московской черни, и тут пытаясь найти справедливость. Интуитивно чувствуя, что в Московии не так все просто, Марина все-таки прельщается дарами боярскими и возможностью стать царицею земли бескрайней. Бескрайность Московии поражает, восхищает, но и, когда ей пришлось броситься в скитания, выматывает. Бесформенность, бесконечность ногайских степей, по которым пришлось идти войску Марины, притупляет сознание, делает бессмысленным всякое движение по плоской, неограниченной ничем равнине. Это скитание по степи – еще одна отсрочка гибели, так как Марина догадывается, что ***«...никуда нет отсюда дорог»***. Марину волнует вопрос, зачем русичам столько земли, они ее не могут всю освоить, ***«...не знают цены и не к освоению настроены, но только к пересечению из конца в конец...»*** [8, 74]. Так Л. Бородин вполне в русле русской философии и литературы размышляет о непостижимости и губительности для чужеземных искателей счастья русских пространств.

Непостижимым представляется Марине Мнишек народ той страны, над которой она так хотела властвовать. Проехав из Речи Посполитой до Москвы, по дороге встречая восторг и приветливый прием русских, она ***«подлинной, великой славы хотела народу и государству»*** [8, 56]. Когда же ее мечты молниеносно разрушились, она недоумевает. Ведь только что восторженная толпа приветствовала ее, бояре ***«били лбы»***. Вспоминая свой приезд, она с гордостью отмечает: ***«Архиереи с иконами, полки стрелецкие... Это в Смоленске... Еще не знали, что по договору Смоленск Польше отходит сразу после венчания»*** [8, 58]. С течением времени лишь слегка ощущаемая опасность реализовалась после венчания, когда спустя пятнадцать дней толпа, дотоле с благоговением взиравшая на нее, ворвалась в Кремль и расправилась с Дмитрием. Время иллюзий для нее закончилось.

Едва ли не самой значимой для писателя причиной гибели своей героини становится та духовная миссия, которую, как он считает, возложили на Марину Мнишек европейские политики и католические прелаты – склонить Московию к Риму, изменить традиционную для России православную веру. Именно это ставит ей в вину ее бывший сподвижник, а позже монах Никита Долгорукий: ***«Ну, как же, а расстрига Отрепьев, через кого ты царицей нареклась, а вор тушинский, а обет твой, что дала врагам веры православной, что в латинство мерзкое народ русский обратишь, землю северскую, искони московскую, не обещала ли Сигизмунду за содействие тайное?»*** [8, 62]. Именно это ***«содействие тайное»*** отвергает и посол Афанасий Власов, этот ***«мужик»***, в чьем облике Марине видится некая загадка, преподнесенная миру Россией. ***«Угрюмый бородач»***, полусонный мужик явился для нее проводником в страну, где она собиралась властвовать. Но выражение лица бородача меняется сразу же, как только невестой московского царя допускается, с его точки зрения, оплошность – Марина просит на коленях благословения у польского короля. И ей показалось, что не так прост этот царский посол, да и предсказуемого течения обстоятельств не следует ждать.

Вместе с тем писатель стремится как бы оправдать свою героиню, запутавшуюся в смутном времени среди своих и чужих страстей. Однако

вкладывает он эти оправдательные рассуждения в уста всегда жалевшего ее боярина Олуфьева: ***«Марина менее других в лукавстве повинна. Если и признала тушинского царька Дмитрием, то свое право на трон через его имя не выводила – народом и боярами царицей московской была признана, ею и остаться хотела, правду закона в том видела»*** [8, 41]. Интересно при этом отметить жесткость позиции того же Олуфьева к другим участникам смуты: ***«А Сапега, о московском престоле подумывая, за два года кому только не изменил, с кем не союзничал, сколько крови христианской пролил, сколько земель на Руси разорил, но дошел-таки до Кремля, уютом и роскошью царских покоев насладился. Там и помер… Никому из них не дано было смерти доблестной на поле ратном»*** [8, 30]. Но женская судьба всегда оценивается Л. Бородиным по иным критериям. За женщиной писатель оставляет всю красоту мира и способен прощать ей почти все. О героине повести «Женщина в море», Людмиле, автор устами героя говорит, что ***«Людмила по самым серьезным критериям человек хороший, что дурное в ней наносно, что нужно только соответствующее стечение обстоятельств, чтобы выявилось добро ее природы…»*** [6, 359]. Сочувственное отношение к женщине в повести отмечает и современный критик А. Немзер: ***«Марину Бородин судить не может. Потому что одна осталась – да и одна и была. Потому что расплатилась горше всех… Потому что – женщина»*** [14, 107]. Однако повесть заканчивается сказанием о Маринке-разбойнице, где она предстает злодейкой, еретичкой и где ей уготована позорная смерть от рук Добрыни Никитича, русского богатыря и защитника русской земли. Так выражена народная точка зрения на самозванцев, к которым народ причислил и Марину Мнишек. Как не вспомнить здесь слова, полные глубокого смысла: ***«Кто к нам с мечом придет, тот от меча и погибнет»***.

В повести «Царица смуты» Л. Бородин продолжает художественное исследование национальной и народной типологии, столь ярко и интересно начатое им в повести «Третья правда» и других произведениях. Как подмечено исследователем творчества Л. Бородина, герои словно бы поставлены в ситуацию нравственного выбора: ***«Внимание к обостренным пограничным ситуациям, когда человеческая жизнь может перемениться, для Бородина очень характерно. Он словно ставит своих героев в эти ситуации, проверяя их на излом, и оттого проза его так напряжена»*** [9, 4].

Наиболее любимым героем писателя, знакомым по его повестям «Женщина в море» и «Ловушка для Адама», является тип размышляющего человека, интеллигента, как бы случайно вовлеченного в события. Таким героем в повести стал боярин Андрей Петрович Олуфьев. Преданность, верность и честь – вот качества, характерные для боярина и выделяющие его среди других сподвижников московской царицы. Но они же являются истоком его драматичной судьбы.

Боярин Олуфьев является приверженцем идеи государственного устройства, он вполне разбирается в делах явных и тайных. Он представляет свою жизнь как дом, выстроенный по особому порядку, в котором всегда присутствует образ Божий. И до смуты жизнь была понятна: ***«Была всяк миг за спиной Русь православная да царь-государь, знай лишь правь свое дело с честью и рвением, и простятся тебе прочие грехи мирские и воздастся тебе по делам…»*** [8, 29]. Боярин задается вопросом о том, почему возникли самозванцы, отчего появилась ***«дерзость у холопов называть себя царями»***?

После ухода деспотичного царя Ивана Грозного и смерти его сына, власть царская, передаваемая по наследству, достается выборному царю, которого подозревают в убийстве царевича Дмитрия. Так несправедливое воцарение Бориса Годунова всколыхнула широкие слои русского общества, породив стихию национального возмущения. ***«Потом же мир вдруг перевернулся. Воры и самозванцы, как грибы-поганки, как вонючие пузыри на болоте, один за другим возникали из ниоткуда, сотрясали Русь воровским кличем, жадным до мертвечины вороньем слетались с окраин на Москву, опустошая и разоряя дворы и дворцы…»*** [8, 28]. Ослабленное в миг государство было окружено такой толпой жаждущих власти, что усмотреть хоть в каком-либо участнике событий толику правды не представлялось возможным. И единению народа пришел конец. В царствование Василия Шуйского ***«…не было по тому времени на Руси народа, как прежде, но была смута, а в смуте хрипнет глас народный…»*** [8, 29].

Образ Олуфьева – сквозной образ, герой фигурирует в сюжете от первой до последней страницы повести. Его «голос» в повествовании становится ведущим и по стилю сближается с «голосом» автора, что дает основание видеть в его размышлениях и оценках выражение авторской позиции. В сюжете он играет роль свидетеля, очевидца и в меньшей степени участника драматических событий. Боярин предстает в самых разных ситуациях: он рядом с Мариной в степи, на Волге в бою с царскими войсками, Астрахани и в крепости на Яике.

Именно Олуфьев осознает сущность происходящего как «подмену, обман». Идет ли речь о царе Лжедмитрии, о хмельной любви боярина к холопке Стефании или о деле государственном: ***«…смута, разве ж она не с того началась, что всяк во имя свое подвигался к делу, а дело общее, государственное в подмену ушло…»*** [8, 29]. Порядок в обществе, устанавливаемый веками: ***«…царю***

скипетр, боярину служба, смерду покорность…» [8, 29] – рассыпался по бревнам в когда-то крепком государственном «доме». Боярин отчаялся найти ***«средь нечистых людей чистого дела»***. Смута повредила многие представления, понятия, закружила судьбы людей в такие хитросплетения, из которых чистым душой выйти было трудно.

Будучи человеком чести, Олуфьев остается с той, кто более других пострадал в смуте, да к тому же с женщиной, по закону называемой московской царицей. Боярин и сам иногда задает себе вопрос, почему он с Мариной? Любовь ли это? Если верность, то какому делу? Любовь Олуфьева – это жалость, испытываемая им при виде Марины, осознание того, что конец близок, час расплаты настает, но спасаться она не хочет, а хочет лишь славы и восстановления в своих правах московской царицы. Олуфьев ***«увязался»*** за Мариной ***«без корысти и стыдных умыслов»***. В Марине боярин видел, прежде всего, жертву, которой пользуется то одна сторона, то другая, предавая ее в зависимости от положения дел. ***«Женщины не видел в ней, но зла в душе не имел, потому что все-таки женщина, а с женщиной не воюют»*** [8, 30]. Служа верой и правдой московской царице, он постепенно приходит к мысли, что дело ее неправое, но уйти не может. Другие бояре вовремя переметнулись на сторону нового царя. А он? Просить пощады у изменников, пусть даже не из корысти поменявших хозяев, это не его путь. ***«Когда б иные, незнамые и неповинные, как просто было бы вынуть саблю из ножен, положить у ног и отдаться на милость или кару»*** [8, 93]. С. Земляной заметил в своей статье, посвященной прозе Л. Бородина: ***«Суть трагедии в том, что безвинных – нет, а жизнь продолжать – нужно, разрывая роковую цепь предательств»*** [11, 6].

Замысел Божий про него, боярина, он видит в служении до конца: ***«Но, может быть, в том и был замысел, что, когда ни у кого их лучших людей и худших без корысти верности нет, суждено ему явить верность чистую и бесполезную»*** [8, 34]. У него не остается никакой другой «правды», кроме верности, хотя жажда правого дела мучит героя. Олуфьев живет в плену своих принципов, которые очень уместны и правильны в стабильное время. Время окончания смуты – время компромиссов, гибкости, лояльности во всеобщее благо, так как ***«…из грязи и греха вновь родившееся государство, что всегда правее смуты…»*** [8, 42]. Правда царицы потонет в высшей правде воскреснувшего народа, ***«оттого что прочих правд тьма тьмучая, а истина одна»*** [8, 46]. Печальный исход противостояния новой власти и сторонников Марины предрешен. Боярину достаточно взглянуть на лица приспешников и все понять: ***«…по издыхании смуты с каждым разом все дурнее ликом и люди вокруг него, словно осадок породы человеческой»*** [8, 27].

Олуфьев заканчивает свой путь с Мариной в бою с казаками, перешедшими на сторону московского царя, получает рану, которая, как это уже было не однажды, спасает его жизнь и отводит от него гнев Господень. Завершение жизни боярина Олуфьева бесславно: он вдалеке от государственных дел, на окраине Российского государства, в ногайских степях. Мятущийся человек без особых целей в жизни – таков боярин Олуфьев. И жизнь для него не жизнь, а наказание. А. И. Солженицын оценил поведение Олуфьева как «вялое»: ***«Не верится и в его выдающуюся воинственность, якобы многажды проявленную и в прошлом, и нереально видится его бесцельная и безнаградная («отцовская») верность Марине, еще и при вялом поведении его»*** [15, 155].

Л. Бородин стремится соотнести меру вины обстоятельств и личности в смутные периоды российской истории: ***«В лице Олуфьева я хотел отобразить трагедию людей, которые во время смуты оказываются вовлеченными в поток, откуда выбраться им уже очень трудно… Сможет ли он противостоять ей, пристанет ли к какому-то берегу – это зависит не только от его личных качеств, но и от стечения множества обстоятельств»*** [5, 106]. Но писатель осознает, что самым достоверным критерием становится народная оценка, а в народной памяти он так и остался «Маринкиным боярином».

Своеобразным антагонистом Олуфьева является другой сквозной образ повести – образ атамана Заруцкого. Бунт, стихийность, разгул страстей характеризует настроение людей того времени. Тип бунтаря представлен в образе атамана Ивана Заруцкого, возглавлявшего войско Марины Мнишек. Впервые в повести он предстает перед читателем в ногайской степи в тот момент, когда вихрь сорвал с головы его шапку, что сразу дает аллюзию из известной песни: ***«Налетели ветры злые, / Да с восточной стороны / И сорвали черну шапку / С моей буйной головы»***. Так на первых страницах автором предвосхищен близкий конец Ивана Заруцкого. И сам атаман, и его казачье войско больше напоминали разбойничью шайку стремлением к добыче и воле. Все, кто знал эти особенности казачества, не преминул ими воспользоваться, сыграв очень точно свою «партию»: ***«…раздираема душа казацкая двумя началами: воровством и жаждой удали доблестной. На том и другом, как на зурне, искусно играть можно – и кто только не поиграл»*** [8, 86].

Н. Бердяев, отмечая большое значение казачества во время смуты, писал: ***«Казацкая вольница была очень замечательным явлением в русской истории, она наиболее обнаруживает полярность,***

противоречивость русского народного характера. С одной стороны, русский народ смиренно помогал образованию деспотичного, самодержавного государства. Но, с другой стороны, он убегал от него в вольницу, бунтовал против него» [2, 15].

В повести атаман Заруцкий вызывает как отрицательные, так и положительные эмоции. Его мечта – это казацкое государство, целью которого должно стать завоевание народов, способных платить дань. Заруцкий также представляет в повести мысль «государственную», но своеобразную. Он во главу государства ставит казачество – социальный слой, еще не оформивший свои взгляды на государство. Но в сравнении со многими другими атаманами Иван Заруцкий менее подвержен шатанию и заметно выигрывает даже внешне: ***«…орел орлом, красив атаман, восхищение людское воспринимает как должное…»*** [8, 24]. Жизнь казака научила многому, а он оказался толковым учеником. Про него Марина с удивлением говорила, что не по-холопски умеет обращаться с ней, а по-рыцарски, хотя он ***«мужичий сын, малым угнанный в татарский плен, выросший в плену, обманувший басурманов и бежавший, статью, умом, храбростью выбившийся среди казаков в атаманы, три года воевавший Московский трон для дочери польского шляхтича…»*** [8, 22].

Но и сам атаман ведет свою игру. Используя Марину и ее сына как идеологическую составляющую своего плана по созданию казацкого государства, он до поры до времени не выказывает своих мыслей о судьбе семьи царицы. Ему не жаль трона для Марины, ведь властвовать будет он. Силой казацкого государства будут тягловые и служилые казаки, которым будут платить дань все покоренные земли. ***«А в Московии – казацкое царство без бояр-захребетников и прочих никчемных людишек, без меры расплодившихся в русской земле…»*** [8, 26]. Мечта о казацком государстве продолжала волновать казачество и в годы гражданской войны XX века. Существует точка зрения на то, что смутное время и есть гражданская война: ***««Смутное время» («смута») – термин, обозначающий события конца XVI – начала XVII века в России. Эпоха кризиса государственности в России, трактуемая рядом историков как гражданская война»*** [3, 1115]. Но участников смуты XVII века и гражданской войны XX века отличает то, что казацкое царство атамана Заруцкого границами не очерчено и как бы совпадает со всей Русью. Государство казаков в гражданской войне ограничено Донской областью, Кубанью. Более хозяйственным казакам хочется настоящей мужской работы, да и воевать они соглашаются только в пределах своих хуторов.

Иван Заруцкий видит себя «народным царем», но жестокое отношение его казаков к холопам отталкивает от него простой люд. Его поддерживает лихое казачество, но лишь тогда, когда улыбается фортуна. Заруцкий делает ставку на донцов, которые кажутся ему более организованными на серьезное дело, ведь именно они во главе с Ермаком преподнесли Сибирь царю Ивану: ***«Прими, царь-батюшка, под руку свою»*** [8, 39]. ***«Казацкое государство вольных людей»*** – вот идеал государственности для Ивана Заруцкого. Но казацкое счастье оказалось недостижимой мечтой. Отступление из Астрахани, скитание по Яику и, наконец, утеря власти над казаками – вот результат следования цели создания казачьего государства. Заруцкий повержен, ***«а и мускул на лице не дрогнет, вся мука атаманская глубоко упрятана в душе, ликом благороден, осанкой тверд»*** [8, 90]. Заруцкий хоть и провозгласил поход на Москву, но уверен, что на Москву войной не пойдут. Воля, доведенная до всеразрешенности и необузданности, уже не устраивает людей: ***«Устали от воли…»*** [8, 91], – вот мнение атамана. И путь казакам лежит либо в Москву на милость царя, либо к известным разбойным промыслам. В образе атамана Заруцкого Л. Бородин показал во многом традиционный тип казака, сложившийся в русской литературе XX века благодаря М. Шолохову, В. Шукшину, разве что усилив в своем герое черты хитрости и расчетливости. Именно эти черты уже доминируют в других казаках в повести «Царица смуты».

Тереня Ус, сместивший Заруцкого, является его двойником, но если смотреть в кривое зеркало: ***«Низкорослый, шириною плеч невиданной, кривоногий и коротконогий, кулаки-молоты…»*** [8, 27]. Под стать внешнему облику и мысли. В последней сече с наседавшими царскими войсками, почувствовав силу и опасность, исходившую от них, Тереня бросает войско царицы и пускается в бега. До казаков доходят вести о прощении царем Михаилом бывших своих врагов, и с тех пор начинается бегство казаков из войска Марины и Заруцкого. Остаются лишь отчаянные головы со звучными прозвищами: Иван Корыто, Истома Железное Копыто, Юшка, Верзига, у которых за спиной столько крови, что сколь бы ни был милостив царь Михаил, прощения им не видеть. И вот настает момент, когда оставшиеся сподвижники сами решаются спастись, выдав Марину. Не останавливают их слова Олуфьева: ***«Слышал ли кто из вас, чтобы где-то люди ратные живота себе добывали, врагу сдав воевод своих да начальников? Ни у татарвы, ни в бусурманских краях о таком позоре не слыхано»*** [8, 100]. Но стихийная сила возобладала над еще не выработанными принципами казачьей чести. Для них существует лишь закон силы, нравственных законов еще нет,

а для автора, который живет в XX веке и проецирует происходящее на современность, уже нет.

Особый тип национального характера представлен в образе Никиты Долгорукого. Незаконнорожденный, но носящий фамилию своего отца-князя, он в гуще смуты. Молодой Долгорукий искренне верит в царя Дмитрия и законность его власти, играет активную роль в царской судьбе. В повести он появляется трижды, каждый раз знаменуя новый этап не только в своей судьбе, но и в судьбе Марины Мнишек. Именно он вернул ее с дороги домой в Тушино к якобы чудесным образом спасшемуся царю Дмитрию. Первая встреча с Мариной произошла слякотной осенью, когда царица вынуждена была возвращаться в Польшу. Именно из уст Никиты Долгорукого царица узнала о «спасении» царя Дмитрия. Не поверить было невозможно, да и Марина готова была поверить во что угодно, ведь возвращение на родину под власть Сигизмунда казалось ей позорной, сулило нищету после московского изобилия и роскоши. Но Никита Долгорукий представлен автором как человек, способный на осмысление своих грехов и покаяние. И при встрече с Мариной в Астрахани он, ставший монахом, кается за себя и за всех людей, кто уверил Марину в обоснованности ее притязаний на московский престол: ***«Все мы виноваты пред тобой, Марья Юрьевна, все, кто бесами попутанные, правили тебе на погибель русского царства и тем тебя в неправде укрепляли»*** [8, 62].

Третья встреча происходит в финале повести. Марина повержена и заточена в стенах башни. Но воля ее не сломлена, она отвергает помощь королевича Владислава. Ведь за нее нужно отречься ото всего, за что она боролась и что считала справедливостью. Она еще надеется попасть в Кремль и каждого из бояр, да и самого Михаила, уличить в измене, в узурпаторстве. Москва – ее цель – близка, хоть и в цепях, но быть ей в Москве! В Казанской башне, в кромешной тьме царица встречается с одноруким монахом. Никита Долгорукий указывает ей на ее самое уязвимое место – сына. Марина, оказавшись в подобном положении, ***«первей прочего обязана жизни способствовать, и грех наитягчайший жизнь дитя в зависимости от удачи ставить...»*** [8, 106]. Монах уверяет ее в необходимости спасти жизнь сына, ибо расстановка сил в государстве нестабильная. Рисковать государственная власть не может, и Марина, не подписав отречения, тем самым утвердила и себе, и наследнику смертный приговор. Монах принимает боль Марины как свою собственную, шепчет молитву за заблудшую в гордыне грешную душу.

Образ, подобный образу Никиты Долгорукого, типичен для прозы Л. Бородина. Никита Долгорукий, впрочем, как и герой в повести «Третья правда» Иван Рябинин, проходит путь от сопричастности нечестному делу до осознания своего греха, осмысления своей судьбы. Долгорукий, Рябинин повинны в службе преступной власти, причастны к общему заблуждению, но они способны к покаянию. В отличие от боярина Олуфьева, Долгорукий сумел найти выход из двойственной ситуации смутного времени. Автор строит образ традиционно: герой физически ущербен (у монаха нет правой руки), но душевно и духовно просветлен.

Никита Долгорукий несет правду государства московского, призывает гордую шляхтянку покаяться, осознать, что народная правда выше ее «справедливости», основанной на стольких весьма сомнительных в их чистоте принципах. Находясь в стане людей ему недружественных, монах жалеет Марину, а не себя, видит ее скорый конец, шепчет: «Бедная». Это слово дважды звучит в повести. Впервые оно слетает с уст боярина Олуфьева. «Бедная» из уст монаха – это призыв «милости к падшим», столь свойственной русской литературе, всегда верной принципам христианского милосердия.

Интерес Л. Бородина к человеку в смуте вполне понятен, ибо каждый из нас и есть тот самый человек, который ищет точку опоры, ищет свой путь спасения, ищет свою правду. Смута, помутнение умов смешало правду и «кривду», добро и зло. А люди, утерявшие ощущение правды и лжи, усомнившиеся в вере, оказываются без духовного покровительства. Автор повести заостряет мысль о том, что в смуте нелегко найти праведного человека. Даже тот, кого можно назвать человеком чести, с легкостью попадает в ловушку гордыни, впадает в соблазн. В душе каждого происходит борьба между силами добра и зла. Каждый проходит свой путь испытаний: ***«Всякому верное слово в душе сказывается, но не всякий слышит...»*** [8, 38].

Сквозные персонажи в сюжете повести представляют три мировоззренческие позиции и дают разные оценки смуте и ее участникам: оценка интеллигента народной смуты (боярин Олуфьев), точка зрения народа, вовлеченного и активно участвующего в смуте (казаки), и позиция христианская, несущая идеи соборного покаяния и прощения (Никита Долгорукий). Все позиции включают в себя идею государственности, так как, по точному наблюдению И. А. Ильина, ***«Россия при ее объеме и составе не будет существовать под слабой государственной властью... Русская государственная власть или будет сильной, или ее не будет вовсе»*** [12, 55]. Однако только христианское понимание государства может стать самым мощным объединительным началом для народа. Смута была

«***не только социальным движением, не только борьбой за политическую власть, но огромным движением национально-религиозной самозащиты***», – писал П. Б. Струве [16, 136-152]. И это вполне справедливо для характеристики нашего смутного времени. Л. Бородин является сторонником просвещенного консерватизма, считая православие и твердую государственность теми двумя идеями, на которых должно произойти единение нации. В одном из интервью писатель сказал: ***«У меня нет сомнений в том, что без возрождения православия не произойдет национальная консолидация. Потому что православие – это та почва, на которой создавалась, развивалось и продолжало существовать Российское государство»*** [7, 10].

ЛИТЕРАТУРА

1. Басинский П. Он пугает – мне страшно / П. Басинский // Литературная газета. – 1994. – 9 ноября. – С. 4.

2. Бердяев Н. А. Русская идея / Н. А. Бердяев. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. – 400 с.

3. Большой энциклопедический словарь / 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская энциклопедия. – СПб.: Норикт, 1999. – 1456 с.

4. Бородин Л. В смутное время нужно делать ставку на идею: Беседа Л. Виноградова с писателем Л. Бородиным / Л. Бородин // Православие. ru. – (www. pravoslavie. ru/guest/ borodin. htm)

5. Бородин Л. «Выжить надо, коль Смуте конец...». Беседа редактора журнала «Родина» С. Антоненко с писателем Л. Бородиным / Л. Бородин // Родина. –2005. - № 11. – С. 103-107.

6. Бородин Л. Женщина в море / Л. Бородин // Повесть странного времени. – М.: Современник, 1990. – 410 с.

7. Бородин Л. Человек из другой команды: Интервью М. Рубанцевой с писателем Л. Бородиным / Л. Бородин // Российская газета. – 1993. – 6 февраля. – С. 10.

8. Бородин Л. Царица смуты / Л. Бородин // Москва. – 1996. - № 5. – С. 18-107.

9. Варламов А. Не палачи, не жертвы: О прозе Леонида Бородина / А. Варламов // Литературная газета. – 1992. – 13 марта. – С. 4.

10. Дружинина В. И. Встреча времен в рассказах Л. Бородина / В. И. Дружинина, О. А. Бердникова // Тема войны в литературе XX века: межвуз. сб. науч. тр., посвященный 60-летию Победы в Великой отечественной войне 1941-1945 гг. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2005. – 215 с.

11. Земляной С. Пастыри смутного времени / С. Земляной // Независимая газета. – 1997. – 2 августа. – С. 6.

12. Ильин И. За национальную Россию / И. Ильин // Слово. – 1991. - № 4. – С. 51-55.

13. Лазуткина М. Г. Формирование художественного образа самозванца Лжедмитрия I в русской литературе XVII–XIX веков: дис. ... канд. фил. наук / Лазуткина М. Г. – Тверь, 1994. – 216 с.

14. Немзер А. Поражение справедливости / А. Немзер // Москва. – 1996. - № 5. – С. 168-169.

15. Солженицын А. Леонид Бородин – «Царица смуты»: Из «литературной коллекции / А. Солженицын // Новый мир. – 2004. - № 6. – С. 149-158.

16. Струве П. Б. Интеллигенция и революция / П. Б. Струве // Вехи; Интеллигенция в России: сб. ст. 1909–1910. – М., 1991. – 461 с.

Рецензент – Н. И. Копылова.
Статья принята к печати 18.11.2006.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПСИХОЛОГИЗМ Б. К. ЗАЙЦЕВА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ РЕАЛИСТИЧЕСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ В ЕГО ТВОРЧЕСТВЕ

© 2007 Е. Ф. Дудина

Орловский государственный университет

Неоднозначность подхода к вопросу о существовании индивидуальных художественных методов конкретных авторов заключается в сложности бытования этих методов в эпоху конца XIX – начала XX века, которая проявилась не только в возможности проникновения конкретно-исторических методов друг в друга, что привело к их взаимообогащению, но и, несомненно, в праве на их индивидуальное существование. Вполне подтвержденная точка зрения на творчество Вл. Соловьева как романтика не умаляет его заслуг перед символистами, Н. Гумилева называют то реалистом, то романтиком, З. Гиппиус считают продолжательницей идей М. Ю. Лермонтова, И. А. Бунина относят то к реалистам, то к неореалистам. Иными словами, вполне закономерная точка зрения о наличии «чистых» методов существует одновременно с размытостью категорий и определений.

Рассмотрение творчества Б. К. Зайцева в контексте анализа его художественного метода периода 1900–1920-х гг. является неотъемлемой частью масштабной теоретической и историко-литературной проблемы соотношения романтизма, символизма, реализма, неореализма, в русской литературе рубежа XIX–XX веков.

В истории русской литературы начала XX столетия Б. К. Зайцев по праву занимает одно из ведущих мест. Наряду с Л. Андреевым, А. Белым, В. Брюсовым, И. Буниным, С. Сергеевым-Ценским, М. Пришвиным, И. Шмелевым и другими деятелями Серебряного века он активно участвовал в формировании литературного процесса данного исторического периода, определяемого ныне как «переходный», «рубежный», «декадентский». Одновременно его имя теснейшим образом связано с понятиями «возвращенная литература» и «литература русского зарубежья». Среди писателей-эмигрантов (М. Арцыбашев, И. Бунин, Вяч. Иванов, А. Куприн, В. Набоков, А. Ремизов, В. Ходасевич, И. Шмелев и др.) Б. К. Зайцев занимает достойное место. В эмиграции он стал известен не только как автор малых и крупных эпических произведений: рассказов, повестей, романов, художественных библиографий, но и как председатель Союза русских писателей и журналистов (с 1947 года).

Если говорить о синтезе как о явлении культуры Серебряного века, то Б. К. Зайцев – один из писателей, творчество которого гармонически соединяет в себе как классические традиции, так и тенденцию к использованию новых методов, диктуемых временем. На начальном этапе его творчества, в период искания, прослеживается несомненное тяготение к представителям «нового искусства», так называемого «левого крыла». В этот период времени с символистами его сближает мистическое ощущение жизни, признание потустороннего мира, предчувствие тайны, озарение и т. д.

Справедливо, что творческий метод автора не может существовать вне конкретно-индивидуального своего проявления, то есть окружающий мир, несомненно, находит субъективное преломление в сознании писателя. Испытав на себе влияние модернизма, Б. К. Зайцев по сути своей оставался реалистом. Эволюция изображения мира и человека в его произведениях идет от мистического мироощущения к реалистическому восприятию жизни. Реалистическое восприятие жизни у него выражается в принципах изображения действительности. Он прибегает к принципам историзма и психологизма. Изучение художественного психологизма Б. К. Зайцева в данный момент остается фактически вне сферы научного исследования.

В 1910-е годы писателя начинает интересовать внутренний мир человека, по словам У. К. Абишевой, именно он становится «ядром художественного образа» [1; 9]. В его творчестве появляются произведения, герои которых оказываются перед сложным нравственным выбором, путем грехопадения они приходят к очищению и раскаянию. Так, Анна Михайловна из рассказа «Актриса» (1911) приходит к вере через преодоление жизненных невзгод и душевных переживаний; герои рассказов «Студент

Бенедиктов» (1913), «Путники» (1917) достигают очищения через сострадание. Степан из «Дальнего края» (1913) и герой рассказа «Грех» (1913) приходят к Богу через раскаяние. В «Изгнании» (1914) Александр достигает веры в результате социального конфликта с государством, семьей, происходит переплетение социального и внутреннего конфликтов и т. д.

В рассказе **«Актриса» (1911)** затронута проблема смысла жизни, здесь в полной мере выражено зайцевское понимание жизни, счастья, любви, искусства. Перед нами творческая личность – героиня рассказа Анна Михайловна, сильная, полная внутреннего достоинства женщина, известная, талантливая актриса. Как многие герои произведений Б. К. Зайцева, Анна Михайловна предстает в рассказе в период жизненного надлома, душевного кризиса, находится в пограничной ситуации несоответствия мечты и реальности. По сути своей чистый, одухотворенный человек, она вступает в противоречие не только с внешним миром, но и с собой. Ее душевная открытость и внутренняя духовная чистота пребывают в борьбе с жаждой славы и честолюбием.

Чтобы героиня могла познать саму себя, она поставлена в сложную психологическую ситуацию выбора между категориями «быть» и «иметь». Так, радость творчества поглощается бездной предметов, втягивающих всякого, кто хочет ими обладать. В сознании героини параллельно сосуществуют две реальности: с одной стороны, она стремится к воплощению своего творческого потенциала, именно ее автор наделяет способностью воспринимать вечность: «Теперь в небе, над нею, сквозь тонкий пар, горели звезды. Что-то трепетало в них; точно бездна дышала. «Вечность, – подумала она и содрогнулась. – Океан, в котором мы утонем с нашими театрами, репертуаром, славой»» [2; 216]. С другой – как любому человеку, ей не чужда жажда признания: «Слава... с молодости гнала она прочь это слово, ее путь был прям; но в последние годы она стала уж чувствовать, что успех должен ее сопровождать, как награда за художество. А если его не будет? Ей показалось, что теперь для нее это было бы горько» [2; 216].

Анна Михайловна относится к тем людям, которые, по определению одного из героев произведения Горича, «сознают себя носителями возвышенного», и для них главное в жизни – «осуществление своих сил, бескорыстное осуществление» [2; 211]. В образе героини все соответствует этому: и внешность полумонашенки («вся в черном, скромна, талантлива», в театре она держалась строго, «актеры ее боялись и называли «мать-игуменья»») [2; 220], и искренность, возвышенность чувства, «способность глубоко любить и работать без упования на результат» [4; 33]. Портретная характеристика становится тем психологическим приемом, который позволяет глубже понять внутренний мир героини.

Б. К. Зайцев осложняет повествование мотивами сцены, игры. Театр для Анны Михайловны – «сражение во имя прекрасного» [2, 216], но именно это «прекрасное» становится источником надлома, разочарований героини. Первоначально театр здесь – не то великое искусство, что мы привыкли наблюдать, а поле битвы с интригами, антрепренерами, взлетами, разочарованием и падением. Мечты о роли, о репетициях, об успехе терпят крах. Тоска овладевает героиней, когда та задается вопросом: почему не делаешь то, что хочешь, а настоящее уходит. Неудачная роль заставляет ее воспринимать театр, а потом и зрителей как врагов. Во время провального спектакля зрительный зал в воображении Анны Михайловны оживает, превращаясь в живую, враждебную субстанцию: «Два тока – со сцены, на сцену – всегда враждебные – сталкивались. То затихали зрители, значит «доходит», то, неуловимое, начиналось недовольство – безмолвное осуждение толпы. Анна Михайловна ощущала тяжесть. Точно туча осела на плечи, и одной ей, с товарищами, надо выносить» [2; 226]. От спектакля к спектаклю героине приходится терпеть неудачи на сцене, ей кажется, что все вокруг ее презирают, и именно она виновата в провале пьесы: «По ночам ее мучил стыд – стыд художника, всенародно провалившегося. Ей казалось, что спектакль погубила она; что сама по себе пьеса не дурна, но она играла не так, и не только не зажгла ее – сделала грубее ошибки» [2; 227].

Ей представилась «страшная, жестокая борьба, что и в жизни, и в театре идет вокруг успеха, славы, радости» [2; 224], но духовное начало, внутренняя чистота побеждают мысли о славе. Раньше у героини было все: успех, признание, но именно в момент творческого кризиса она приходит к пониманию смысла жизни, ей открывается духовная сторона бытия. Изменяются приоритеты – радость жизни, ранее представляемая в работе, в признании зрителями, теперь заключается в возможности наблюдать звездное небо, видеть легкие сны, сладостные – «духом светлым лететь к звездам» [2; 239].

Только тогда, когда она «уходит» от меркантильной суеты театра, получает возможность наблюдать сценическое театральное действо со стороны, как зритель, происходит духовное преодоление противоречий действительности. Наслаждение искусством дается как непосредственное соприкосновение с высшей «тайной жизни». «Ей хотелось только плакать, плакать от тихой и негрустной музыки искусства. И она плакала. У нее было много слез, точно застоявшихся за зиму... она плакала, как у себя дома, сама с собой» [2; 241]. Обстановка (в частности театральное действо) перестает быть просто фоном происходящего, а несет важную психологическую нагрузку, оказывает воздействие на внутреннее состояние человека. Открывает мир

души и сердца, мир ощущений и верований, мир прорыва к бесконечному. Мысль «вспыхивает» под воздействием глубокого чувства, стремление к возвышенному идеалу становится эмоционально взволнованным. Во время просмотра Анной Михайловной спектакля, в минуту романтического созерцания красоты, происходит один их этапов духовного просветления героини. Когда ехали домой, «заплаканными глазами смотрела она на звезды и казалось ей, что она многое понимает такое, чего раньше не знала. «Да, поглотит всех вечность, но жив Бог, и его мы несем сквозь жизнь, как и дальние светила». Человек показался ей на ослепительной высоте, тяжесть, данная ему – бременем не от мира сего» [2; 241]. Так искусство, способное вызвать эстетические переживания, рождает в рассказе ощущение единения с божественной сущностью.

По ходу повествования Анна Михайловна раскрывает и открывает для себя свой внутренний мир. Одним из катализаторов, способствующих этому, становится любовь. Именно Павел Александрович наталкивает актрису на мысль о неизбежном для человека стремлении к славе: «Желать славы, беспокоиться и страдать человеку суждено; нельзя обвинять его за это» [2; 221], с ним она говорит о вере, о вечности. Он становится реальным воплощением мечты Анны «о милом друге». По-настоящему героиня рассказа влюбляется в Горича, когда понимает, что тот близок ей духовно, да и сам герой «раскрывается» только в беседах с Анной Михайловной. Благодаря этой любви проявляется еще одна черта героини – смелость, заключающаяся в способности первой открыть мужчине свои чувства, признаться в любви. Но беда в том, что любовь реальная здесь не похожа на любовь ожидаемую, актриса влюбляется в человека, не способного на искреннее чувство. Он теоретик, но не практик. Прекрасно владеющий теорией, тонко чувствующий мир и понимающий его сущность (по словам Анны Михайловны, «он отлично понимает все, и не любит» [2; 229]), Горич так и остается для героини рассказа только нереализованной мечтой.

Все в произведении ищут своего безумия, любви, счастья: и Анна Михайловна, которая ушла от мужа «уже лет десять», и ее подруга, компаньонка Эмма. Эта девушка с ее преданностью, преклонением, по сути своей и есть воплощение бескорыстного служения и любви, которые скрыты в Анне Михайловне. Как Анна – символ бескорыстного служения театру, миру, так Эмма становится, на наш взгляд, символом бескорыстного служения человеку. Находясь между жизнью и смертью, испытывая безответную любовь к своему кумиру, Эмма так же, как Анна, оказывается в пограничной ситуации. Наделенная способностью к самопожертвованию, испытывающая безграничную любовь к «Аничке», она, по сути, глубоко несчастна и одинока. Потеря надежды явилась последней каплей, героиня теряет связь с окружающим миром, что становится причиной ее возможного ухода из жизни.

Не только Анна Михайловна и Эмма поставлены в рассказе в сложную психологическую ситуацию выбора «быть» и «иметь», в пограничную ситуацию поставлен актер Феллин, с его бездарностью и стремлением к славе. Вся жизнь Феллина направлена на достижение единственной цели: «Я живу для себя – для славы» [2; 221]. Но реализовать свои возможности он не способен: герой обделен талантом. Поглощенный жаждой успеха, Феллин не способен услышать мнение окружающих, не видит промахов, не принимает неудач. Писатель подчеркивает, что этот человек мало отличается от других. Он откровенен в своем стремлении к успеху: любому, стоящему на пути, по мнению Анны, он перегрыз бы горло. Однако, помимо театра, в жизни есть и другие ценности: дом, семья, дети – все это не просто недоступно Феллину, но непонятно. Жена, дети для него дурной тон. В Анне Михайловне он видит только милую, по его мнению, образованную (так как она знает несколько языков) женщину. Попытка сблизиться с Анной остается нереализованной, не реализуется и мечта о славе.

Внутренний мир героя рассказа **«Грех» (1913)** дан в развитии. Е. А. Тюхова справедливо заметила, что автор рассказа очень «скрупулезно прослеживает историю постепенного падения героя и внутреннего сопротивления этому падению – «толчки» совести, напоминающие путь Раскольникова к преступлению»[1] [5; 136].

Огромное влияние на формирование характера и психологии человека, по мысли Б. К. Зайцева, оказывает социум. Не случайно автор прибегает к достаточно подробному описанию окружения Николая Ильича, начиная с его происхождения и заканчивая людьми, с которыми контактирует герой: «Мне исполнилось девятнадцать, когда я попал официантом в кафе «Ориенталь». Я был здоров, горяч, службу свою ненавидел; да и трудно мне было любить ее: все-таки я учился кое-чему в детстве, пока жив был отец и мы не бедствовали, – и мог бы заняться чем получше, да уж так вышло, что с тринадцати лет должен был

[1] Ряд исследователей обратили внимание на схожесть описания грехопадения героя в рассказе «Грех» (1913) и сюжетов русской классики. Например, Л. А. Иезуитовой прослежена параллель жизни зайцевского Николая Ильича и Катерины Масловой, героини толстовского «Воскресения». По словам Е. А. Тюховой, путь Николая Ильича напоминает путь Раскольникова из романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание», по ее мнению, проблема зайцевского «греха» решается именно в традициях Достоевского.

зарабатывать, проходить через огонь и воду» [2; 266]. Следовательно, оставшись сиротой в достаточно юном возрасте (13 лет), герой в 19 лет (возраст, когда человек еще достаточно подвержен влиянию извне) попадает под воздействие отрицательного социума. Его окружают карманники, «коты», «супники» и люди, выражаясь современным языком, нетрадиционной сексуальной ориентации.

После неудавшейся попытки выбиться «на честную линию» в Варшаве, обстоятельства заставляют главного героя рассказа вернуться к грешной жизни. Отсутствие образования, незнание языка не позволили ему вырваться из замкнутого круга. Он снова стал опускаться, начал пить, занялся контрабандой, связался с анархистами и как итог – участие в ограблении, приведшем к убийству артельщика.

Огромное влияние на Николая Ильича оказывают окружающие его женщины. Например, Ольга Ивановна подогревает в нем страсть к наживе: «Надо сказать, многим дурным обязан я Ольге Ивановне: все, что во мне было скверного, она распаляла без устали. И до того иногда доводила – до ярости какой-то, а ей это как раз и нравилось. Целуешь ее – укусить хочется или руками так в горло вцепиться, чтобы в судорогах забилась. Даже сам я в себе этого боялся» [2; 269]. Именно она распалила в Николае Ильиче страсть к деньгам, тягу к картам и скачкам. Она же толкнула на путь первого неудавшегося преступления, «убийства» Фаддеева.

Настасья Романовна становится катализатором безудержной сексуальной страсти и ревности героя: «Настасья Романовна превзошла, что я от нее ждал, и до того меня доводила, что, кажется, так бы ее и разорвал на части во время любви...» [2; 283].

Марья Петровна открывает в герое его положительную сущность, подталкивает к раскаянию и в какой-то мере к осознанию героем его греховности, что приводит Николая Ильича к вере в Бога. «Я вас учить не могу, а все же одно наверно знаю. Покаяться должны вы, во-первых. Вон вы мне тогда сказали, что сама ваша жена и заслужила свою смерть, – стало быть, вам ее не жалко и вы думаете, что вы правы. Пока вы думаете так, вам очень тяжело будет. А пожалеете, станет легче» [2; 300].

Не только окружение, но и особенности характера самого героя, проявляющиеся в достаточно открытой вспыльчивости, переходящей в агрессивность, способствуют его падению. Автор прибегает к характеристике героя через его поступки. Например, желание в порыве страсти причинить боль Ольге Ивановне или описание драки: «Кулаком ему в живот, потом обернул, коленом под зад и прямо головой в эту самую дверцу. Она, конечно, отворилась, а я уж ничего не помню, не в себе, значит, вот сейчас сердце разорвется – верхом на него вскочил, повалил и бил жестоко, но недолго, пока во мне это самое бешенство все не вышло.

По счастью, ничего у меня в руке не было, а то б я, понятно, его убил – такой уж у меня нрав, к гневу и вспыльчивости склонный» [2; 269].

Сложность психологического рисунка заключается в том, что проявления ярости и жестокости в подсознании героя необычным образом сочетаются с муками совести и необъяснимой, по его словам, тоской.

На него вдруг находит тоска, когда он впервые узнает о службе Ольги Ивановны в охранном отделении: «Помню, мне хотелось тогда далеко уйти за город и забыть все» [2; 273]. Затем происходит четкое осознание своей греховности: «Понимал я, тут моя гибель настоящая начинается... мне мерещилось, что я теперь что угодно могу сделать, не только что котом стать, а на всякое преступление пойду, потому в чужой я власти, в греховной, и мне все равно пропадать» [2; 275]. Далее – отказ отравить Фаддеева именно в момент исполнения задуманного убийства: «Подошел я к самой коробочке с морфием... вздохнул, руку протянул и вдруг... почувствовал, что как раньше ничем меня нельзя было остановить, образумить, так сейчас нельзя заставить этот порошок в руку взять» [2; 277]. И, наконец, решительный разрыв с Ольгой Ивановной и вполне осознанное, но нереализованное желание «на честную линию выбиться» в первый год жизни в Варшаве.

Исследователями (Л. А. Иезуитовой, Ю. М. Камильяновой, О. Г. Князевой, Е. В. Тюховой) отмечено, что Б. К. Зайцев в данном произведении обращается к психологии убийства. Ю. М. Камильянова приходит к выводу, что, изображая подготовку убийства, его бессмысленность, писатель использует психологические приемы, «поскольку его интересует пограничное состояние сознания человека, решившегося на преступление. Та грань, когда психика человека раздваивается и он перестает быть самим собой, очень точно уловлена автором» [4; 34].

Николай Ильич совершает убийство жены в состоянии аффекта. Толчком к данному преступлению послужили безудержное чувство ревности и страх. Б. К. Зайцев достаточно подробно описывает состояние героя перед убийством, во время него и после – в тюрьме.

Четкое изменение сознания героя проявляется уже во время поездки в город (для посещения банка). Николая Ильича начинает одолевать мания преследования: «Помню, еду я, и все мне кажется, за нашим поездом другой летит и в другом кто-то едет. Как мы на станции остановимся, нас догонят, войдет он в мое купе. И вдруг мне тогда все стало представляться серым, точно на весь божий мир тень кем-то брошена, несмотря, что солнце светит чрезвычайно ярко» [2; 288]. Меняются краски, он

реально начинает видеть окружающее в сером, задымленном свете, появляется навязчивая идея.

В городе Николая Ильича посещает мысль о самоубийстве. По возвращении домой его рассудок уже полностью подчинен мысли об убийстве жены, начинают проявляться звериные повадки: «Ничего не увидел, а ручка дверная духами пахнет, а, знаю я эти духи! Минуту постоял, как пес, ручку обнюхивая, и, не говоря ни слова, к себе в номер» [2; 290]. Тело начинает действовать вопреки рассудку: «Рука сама вверх прыгнула, к горлу, она рванулась, а я навалился, и все у меня вверх дном пошло. Помню только, вся моя сила в пальцах сошлась и горло ее я сжал тисками. Ну, конечно, металась. Но уж мне рук разжать ***нельзя*** было. Крепко давил. Потом все это кончилось» [2; 291].

Состояние аффекта подтверждается описанием действий героя после убийства: «Тихо было в нашей комнате. Вещи по местам стоят, как обыкновенно, и взглянуть – даже ничего и не случилось, на постели Настасья Романовна, я перед ней стою в одном белье. И так я довольно долго стоял, должно, плохо понимал, в чем дело. Потом вдруг стал одеваться. Одевался медленно, аккуратно и все старался лучше галстук завязать. Помню, в голове слова глупые вертелись, никак не отделаешься от них: «Тачка, бачка, перебачка, перебачка, тачка-ка»» [2; 291]. Состояние ступора сопровождается состоянием полусна-полубреда, бреда, впоследствии перешедшего в приступ безумия, когда герой в тюрьме начинает биться в припадке эпилепсии. В отстраненном стоянии Николай Ильич сам признается в убийстве жены и просит вызвать полицию.

Уже в тюрьме приходит осмысление содеянного: «Я проснулся вечером поздно, когда уже все спали, в камере лампочка приспущенная едва светила. Я вскочил, силы у меня было довольно, точно наваждение это, в котором я целые сутки прожил, уж прошло и я теперь опять здоровый. ***Человека убил***» [2; 294]. После осознания убийства его начинают преследовать кошмары. Функцию психологического эффекта, способствующего обнажению воспаленного сознания героя, в рассказе выполняет описание кошмарных снов Николая Ильича, сочетающихся с приступами всепоглощающей тоски.

Ключевым моментом болезни становится приступ безумия, проявившийся в эпилептическом припадке. Душевная болезнь перерастает в болезнь физическую, и в конечном итоге – к осознанию себя другим человеком: «Для меня опять другая жизнь началась – и не та, какую до тюрьмы вел, и не та, что в тюрьме» [2; 298].

Психология рассказа переходит в философию, герой осознает свою греховность, приходит к раскаянию. Раскаявшимся грешником Николай Ильич предстает на суде: «Поклонился низко присяжным и говорю: – Виноват кругом. Моя вина!» [2; 301]. Герой приходит к Богу: «Когда подошли к Страстному, вдруг мне захотелось на минуту свернуть к Тверскому бульвару, взглянуть на дом, где я родился, рос, с мамашей ко всенощной ходил к Иоанну Богослову, с отцом вздорил: но нельзя было, понятно. Мы взяли налево, вдоль бульваров. Я взглянул на главы Страстного монастыря, снял шапочку и перекрестился» [2; 302].

В финале рассказа внутренний мир героя меняется абсолютно, не случайно автор завершает повествование цитатой из Библии, вложенной в уста Николая Ильича: «Помилуй мя, Боже, по велицей милости Твоей и по множеству щедрот Твоих» [2:302]. Именно вера, религия, по убеждению Б. К. Зайцева, способна изменить человека, прошедшего такой сложный жизненный путь.

Подобно андреевской «Мысли», в рассказе Б. К. Зайцева «Грех» на первое место выступает прямой психологизм. Перед нами повествование от первого лица, воспоминания и оценка прошлых событий героем со стороны, по прошествии нескольких лет. Внутренний мир главного героя «Греха» раскрывается при помощи самоанализа. Отсюда ряд внутренних монологов, комментариев к происшедшему, восприятие окружающих людей через призму сознания Николая Ильича, что позволяет главному герою наиболее полно выразить себя. Он пытается проникнуть в психику других персонажей, давая оценку их поступков.

Однако, как и Л. Н. Андреев, Б. К. Зайцев широко использует и средства косвенного психологического исследования: портрет, деталь, пейзаж, цвет.

Портретная характеристика героев не локализуется в одном месте, она зачастую разбросана в тексте. Так, первоначальное описание облика Ольги Ивановны («была девушка маленькая, востренькая и ловкая. Могла и веселой быть, и нежной, и злой, имела личико миловидное» [2; 267]), сменяется достаточно скупой, но емкой характеристикой ее внутренней сущности, проявившейся во внешнем облике: «Она на зверька хищного похожа была, – скажем на ласку» [2; 272]. Позже, во время скандала, когда Николай Ильич узнает о смертельном приговоре партией своей подруги, в облике Ольги Ивановны острее начинают проявляться звериные черты: «Вдруг она вскочила, и глаза у ней засверкали, как у дикого хоря» [2; 275].

Зачастую усиление психологического эффекта достигается писателем при помощи несоответствия первоначально представленного портрета героев и их реальной внутренней сущности.

Так, Настасья Романовна в восприятии Николая Ильича первоначально предстает как «девушка скромная, деликатного и даже нежного вида, собой миловидная» [2; 282]. Но за подобной

скромностью скрывалась безудержная страсть: «В скромности ее, как будто робости, покорности я ***такое*** видел, что у меня ноги дрожали. <...> Настасья Романовна превзошла, что я от нее ждал, и до того меня доводила, что, кажется, так бы ее разорвал на части во время любви... только иногда блеснет у ней во взоре такое, что от ее скромного вида весьма далеко» [2; 282-283]. Внешняя покорность жены главного героя скрывает за собой безудержную похотливость, которая приводит к болезненной ревности и убийству.

За обликом же Марьи Петровны, «девушки тихой, аккуратной, видно, что за других старается, и сидит за других» [2; 296], сокрыт сильный внутренний мир человека, жертвующего собой во имя идеи долга, способного понять и принять внутренний мир оступившегося человека.

За обликом барина Фаддеева («Лев же Кириллович Фаддеев был человек крупный, седой, рот у него неправильный, длинный, и лицо будто перекошенное, но глаза очень умные» [2; 270]) спрятана натура сластолюбивая («видно, большой был раньше барин и бабник» [2; 270]) и брезгливая по отношению к окружающему миру и подчиненным.

Важную психологическую функцию в рассказе выполняет деталь. Так, например, зубочистка во рту Фаддеева несет на себе максимальный эффект, заключающийся в пренебрежении барина к окружающему миру и людям. Тысячный билет, оставшийся у Николая Ильича после ограбления артельщика, из незначительной детали превращается в символ страха, приведшего к убийству жены.

Серый цвет становится отражением меняющегося сознания героя.

Восприятие героем природы также несет на себе психологическую нагрузку. Так, абсолютно по-разному воспринимает Николай Ильич крик коростеля до и после убийства жены: «Луна зашла за облако, душно, я окно отворил. И на улице душно, в болоте, за станцией, коростель кричит. Через луну облачко длинное, темное протянулось. Я смотрю, кажется мне: последний раз коростеля слышу» [2; 290]. Перед убийством героя преследует ощущение духоты. После убийства, подойдя к окну, он пытается надышаться свежим воздухом и «опять коростель кричал, но уже теперь ***другой***» [2; 291]. Выделенное автором слово, возможно, несет двойную психологическую нагрузку. С одной стороны, «другой» коростель – это ассоциирование себя с птицей, то есть герой воспринимает мир и себя иным, чем был раньше, до убийства. С другой стороны, подобный акцент, возможно, подчеркивает обостренную болезненность внутреннего мира Николая Ильича, когда, после содеянного, его обнажившееся сознание способно отличать различные тембры птиц.

Таким образом, в период 1910-х годов писатель уходит от созерцательности; как многих реалистов, его начинает интересовать внутренний мир человека. Появляются произведения, в которых Б. К. Зайцев пытается показать динамику психологической организации личности. Его персонажи стоят перед нравственным выбором, находятся в пограничной ситуации психологического стресса, способного изменить их внутренний мир, социальные и религиозные приоритеты. Путем преодоления внутреннего конфликта герои его произведений выходят на новый уровень духовности, обретают веру в Бога.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абишева У. К. Внутренний мир как ядро художественного образа (Роман Б. К. Зайцева «Дальний край») / У. К. Абишева // Творчество Б. К. Зайцева в контексте русской и мировой литературы XX века: сб. ст. / Четвертые Международные научные Зайцевские чтения. – Калуга, 2003. – Вып. 4. – С. 5-13.

2. Зайцев Б. К. Тихие зори: Рассказы. Повести. Роман / Б. К. Зайцев. // Собр. соч.: В 5 т. – М.: Русская книга, 1999. – Т. 1. – 608 с.

3. Иезуитова Л. А. В мире Бориса Зайцева / Л. А. Иезуитова // Зайцев Б. К. Земная печаль. Из шести книг. – Л., 1990. – С. 5-16.

4. Камильянова Ю. М. Мир прозы Бориса Зайцева (1900–1920-е годы) / Ю. М. Камильянова. – Уфа: Восточный университет, 1999. – 124 с.

5. Тюхова Е. А. О традициях русской классики в творчестве Бориса Зайцева / Е. А. Тюхова // Проблемы изучения жизни и творчества Б. К. Зайцева: сб. ст. / Вторые Международные Зайцевские чтения. – Калуга, 2000. – Вып. 2. – С. 134-138.

Рецензент – С. В. Савинков.

Статья принята к печати 15.11.2006.

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ МУЖЧИНА, МУЖИК

© 2007 Э.А. Дусссалиева

Астраханскоий государственный университет

В рамках исследования национальной специфики объективации концепта «мужчина» в русском языке нами был проведен направленный ассоциативный эксперимент. Всего в эксперименте приняло участие 298 испытуемых разного пола (165 женщин и 133 мужчины), возраста (194 человека в возрасте от 15 до 25; 55 в возрасте от 26 до 40; 49 в возрасте от 41 и старше), образования (74 респондента с высшим образованием, 37 с неполным высшим, 52 человека со среднеспециальным, 129 человек со средним и 6 с неполным средним) и семейного положения (86 респондентов замужем или женаты и 212 респондентов в браке не состоят). 69 человек из числа испытуемых являются сельскими жителями, а 229 – городскими. Эксперимент проводился с июня по октябрь 2006 г. в г. Астрахань и различных населенных пунктах Астраханской области.

В ходе анкетирования испытуемым предлагалось реагировать на слова-стимулы «мужчина» и «мужик», отвечая на вопрос «какой?» и «что делает?». При этом испытуемые получили инструкцию давать не менее 3-х реакций.

По итогам эксперимента мы получили 3551 реакцию, из которых 850 были даны на вопрос «мужчина – что делает?», 891 – на вопрос «мужчина – какой?», 889 – на вопрос «мужик – что делает?» и 890 – на вопрос «мужик – какой?».

В данной статье мы представим результаты эксперимента «мужчина – что делает?» и «мужик – что делает?». Ассоциативные поля были подвергнуты полевой стратификации.

Мужчина – что делает?

Ядро (180): работает 180 (21,2%).

Ближняя периферия (302): *спит 39; курит 31; зарабатывает деньги 30; ест 24; отдыхает 23; любит, водит машину 21; занимается спортом 17; защищает 16; смотрит телевизор 15; идет, пьет, читает 14; заботится 12; пьет пиво 11 (35,5%).*

Дальняя периферия (227): *бреется, гуляет, смотрит футбол 9; учится 8; разговаривает (говорит), улыбается, ухаживает 7; воспитывает детей, помогает, разговаривает по телефону 6; живет, занимается сексом, любит женщин, обеспечивает, содержит семью, ухаживает за женщинами, читает газету 5; бежит, детей делает, заботится о семье, кормит семью, оберегает, обеспечивает семью, смеется, стоит, строит, уважает 4; играет, кушает, лежит на диване, молчит, обедает, пишет, поет, приносит деньги, пьет водку, пьет кофе 3; готовит, дарит цветы, женится, заботится о детях, играет в баскетбол, играет в футбол, идет по улице, лежит, любит детей, любит жену, моется, общается, продолжает род, радуется жизни, развлекается, служит, строит дом, танцует, тратит, тренируется, ужинает, умеет зарабатывать деньги, флиртует, чинит автомобиль 2 (26.7%).*

Крайняя периферия (141): *бегает по бабам, беседует, борется, бьет, ведет авто, веселится, влюбляется, водит в кино, возится с техникой, волочится за женщинами, встречает друзей, говорит правду, гоняет на машине, грызет семечки, дает деньги, дарит подарки, делает подарки, делает ремонт, держит папку в руках, добывает, дружит, ждет звонка от жены, живет в коттедже, за собой стирает, заседает в думе, заботится о женщине, заботится о своих близких, заигрывает, заключает договора, занимается бизнесом, занимается благоустройством своего жилья, занимается воспитанием ребенка, занимается домашними делами, занимается по хозяйству, занимается фотографией, зарабатывает на жизнь, звонит, знает, что хочет от жизни, играет в домино, играет в компьютер, играет в карты, идет на работу, изменяет, интересно проводит жизнь, исполняет капризы любимой женщины, ищет, где побольше заработать, ищет решение проблемы, чтобы выкрутиться, катается на машине, колет дрова, кричит, купается, курит «Гавану», ласкает женщину, лжет, ловит рыбу, любит выпить, матерится, много ест, много работает, на работу ходит, наслаждается жизнью, не*

дает скучать, не матерится, не слушает, обнимает свою девушку, оберегает семью, облагораживает дом, обольщает, объясняется женщине в любви, орет, осматривается по сторонам, оставляет потомство, осуществляет цели, охотится, пишет стихи, поднимает гирю, подтягивается, помогает женщине, помогает по дому, помогает по хозяйству, понимает, портфель носит, продает бытовую технику, путешествует, разговаривает со мной, ревнует, ремонтирует машину, решает главное, руководит, руководит предприятием, рулит, рыбачит, сгорает на работе, сидит в машине, сидит в ресторане, сидит с детьми, сидит с друзьями, следит за собой; служит в армии, служит родине, слушает, сморит вперед, сморит, набычившись, смотрит на меня, смотрит на часы, соблазняет, соблазняет девчонок, совершает подвиги, создает бизнес, создает семью, создает жилище, сорит, стоит в оживленном месте, стоит на остановке, строит взаимоотношения с женщиной, строит карьеру, считает деньги; то, что хочет; то, что не ущемляет других; то, что надо его близким, транжирит, тревожится, трудится, увлекается спортом, уделяет внимание женщине, улучшает демографическое положение, улыбается мне, умывается, управляет, ухаживает за девушками, ухаживает за домом, ухаживает за семьей, учит, ходит, ходит в спортзал, ходит налево, хорошо выглядит, хочет есть, целует, ценит, черт те чем занимается (16,6 %).

Мужик – что делает?

Ядро (223): *работает 112; пьет (водку) 111 (25,1%).*

Ближняя периферия (282): *ругается (матерится) 49; спит 48; курит 43; ест 33; пашет 26; отдыхает 18; дерется 17; гуляет 15; рубит дрова 12; смотрит телевизор 11; косит сено 10 (31.7%).*

Дальняя периферия (220): *смотрит футбол 9; выпивает, пьет пиво, строит дом 7; думает, лежит, не работает, рыбачит, хамит 6; зарабатывает деньги, работает в поле 5; бухает, бьет, живет, идет, кушает, охотится, рубит, сеет, читает газету 4; бегает, бездельничает, вкалывает, грубит, детей воспитывает, ездит на машине, кричит, кормит семью, курит папиросу, лежит на диване, ловит рыбу, любит, не бреется, ничего не делает, оскорбляет, сидит на завалинке, строит, убирается, храпит, читает 3; буянит, бьет жену, валяется, веселится, ворчит, говорит, жрет, заботится, заботится о семье, колет дрова, ленится, одевается, орет, обеспечивает семью, опохмеляется, пасет коров, пишет, побирается, работает много, разговаривает, распахивает поле, сидит, смеется, соблазняет, стоит, ухаживает, хочет 2 (24,7%).*

Крайняя периферия (164): *авторитет зарабатывает, бегает за бабами, бегает от алиментов, беседует, беседует с друзьями, беспредельничает, бомжует, бранится, бреется, бьет баклуши, бьет бабу, валяется на диване, ведет свое хозяйство, ведет секцию спорта, водит трактор, возит дрова, ворует, все делает, всю мужскую работу по дому, выживает, выполняет тяжелую работу, высокомерничает, выстраивает, вытирает пот, гадит, грешит, гуляет по бабам, дебоширит, делает ремонт, доказывает делом, думает о приближении зимы, женится, забивает гвозди, заготавливает дрова на зиму, занимается грязной работой, занимается сексом, занимается спортом, защищает слабых, заявляет, землю пашет, играет в карты, играет на гармошке, идет в армию, идет по лесу, идет по улице, иногда не пьет, картошку копает, качается, кашляет, кирпич кладет, копает, коптит небо, кормит скотину, косит, курит махру, курит «приму», лежит в поле, лечит, лечится, лошадь запрягает, любит женщин, любит жену и детей, любит детей, мастерит, машет кулаками, моется, наглеет, налево ходит, на телеге едет, не думает о семье, не заботится о себе, не живет, не моется, не отдыхает, не пользуется интеллектом, не следит за собой, не убирает за собой, не уважает женщин, не уважает себя, не умеет ухаживать за женщинами, никого не уважает, обедает, огород копает, оскорбляет женщин, отвечает, охраняет, паразитирует, пасет овец, пашет на тракторе, пилит деревья, пилит дрова, плохо спит, плотничает, подковывает лошадь, поднимает шум, поет, поливает, получает пенсию, помогает сделать ремонт, предъявляет, принимает наркотики, проводит время в гараже, прогуливается, продолжает род, пропивает собственный разум, пьет медовуху по праздникам, пьет водку по праздникам, пьет сивуху, пьянствует, работает на тракторе, работает на комбайне, работает в колхозе, работает мало, развлекается, раздевается, размножается, рассказывает анекдот, рассказывает истории, растит, ремонтирует трактор, ремонтирует, решает, роет канаву, рулит автомобиль, сидит без дела, скандалит, служит, смотрит бокс, смотрит, содержит семью, спит под забором, спит на вокзале, справляет нужду в общественном месте, строит избу, танцует, течет по течению, толкается, топит баню, тратит деньги, трудится, убивает дичь, убирает сено, умеет, ухаживает за собой, улыбается, употребляет алкоголь, ухаживает за бабой, ухаживает за девушкой, учит, фигней страдает, флиртует, ходит, ходит из угла в угол, ходит на футбол, хозяйничает, хулиганит, чавкает, чешет затылок, чешет брюхо, чинит машину, чинит забор (18,5%).*

Данные ассоциаты были подвергнуты когнитивной интерпретации по методике, предложен-

ной в [1], были выделены когнитивные признаки, образующие содержание данных концептов.

Результаты показывают, что содержание концептов *мужчина* и *мужик* имеет общую часть и определенные различия. Приблизительно одинакова яркость дальней и крайней периферии концепта. Более существенные отличия наблюдаются в содержании ядерных зон концептов. Ядро концепта *мужик* содержит два когнитивных признака, в то время как ядро концепта *мужчина* – всего один. Совпадают в обоих концептах когнитивные признаки *работает*, но яркость данного признака в концепте *мужик* (0,06) существенно ниже, чем в концепте *мужчина* (0,10): мужчина явно работает больше, чем мужик, а мужик еще и пьет. Мужчина тоже пьет, но этот признак относится к ближней периферии, а не к ядру концепта.

Существенные различия мы также наблюдаем в ближних периферия концептов *мужчина и мужик*. Ближняя периферия концепта *мужчина* больше по объему и разнообразней по содержанию – она содержит 15 признаков, в то время как ближняя периферия концепта *мужик* состоит из 11 признаков. Большая часть признаков, составляющих ближнюю периферию концепта *мужчина*, в структуре концепта *мужик* являются менее яркими и относятся к дальней или крайней периферии концепта:

Таким образом, мы наблюдает заметные различия в содержании и структуре концептов *мужчина* и *мужик*. Такие признаки как *зарабатывает деньги, любит, водит машину, идет, читает, заботится, пьет пиво*, относящиеся к ближней периферии концепта *мужчина,* содержатся в дальней периферии концепта *мужик*.

Кроме того, мы можем наблюдать различия в яркости признаков, образующих ближнюю периферию обоих концептов. Такие признаки как *спит, курит и ест* являются менее частотными при объективации концепта *мужчина*, в то время как *отдыхает и смотрит телевизор* – более частотными.

В ближней периферии концепта мужик встречаются яркие признаки, которые отсутствуют в структуре концепта *мужчина*. Это такие признаки, как *ругается (матерится), пашет, косит сено, дерется, рубит дрова*. Признак *гуляет* гораздо менее ярок в концепте *мужчина* и составляет только дальнюю периферию. «В ответ» на признак *ругается (матерится)* в крайней периферии концепта *мужчина* встречается признак *не матерится*.

Когнитивные признаки, раскрывающие поведение *мужика* во взаимоотношениях с женщиной, являются частью ближней периферии концепта *мужчина* (*любит 21, заботится 12*), но менее ярки в концепте *мужик* и относятся к даль-

КОГНИТИВНЫЙ ПРИЗНАК	**МУЖЧИНА**		**МУЖИК**	
	яркость	**зона**	**яркость**	**зона**
работает	0,1	ядро	0,06	ядро
пьет	0,008	ближняя периферия	0,06	ядро
ругается (матерится)	-	-	0,03	ближняя периферия
спит	0,02	ближняя периферия	0,03	ближняя периферия
зарабатывает деньги	0,02	ближняя периферия	0,003	дальняя периферия
ест	0,01	ближняя периферия	0,02	ближняя периферия
пашет	-	-	0,01	ближняя периферия
любит	0,01	ближняя периферия	0,002	дальняя периферия
водит машину	0,01	ближняя периферия	0,002	дальняя периферия
занимается спортом	0,009	ближняя периферия	-	-
дерется	-	-	0,009	ближняя периферия
защищает	0,009	ближняя периферия	-	-
смотрит телевизор	0,008	ближняя периферия	0,006	ближняя периферия
гуляет	0,005	дальняя периферия	0,008	ближняя периферия
идет	0,008	ближняя периферия	0,002	дальняя периферия
читает	0,008	ближняя периферия	0,002	дальняя периферия
заботится	0,007	ближняя периферия	0,001	дальняя периферия
рубит дрова	-	-	0,007	ближняя периферия
пьет пиво	0,006	ближняя периферия	0,004	дальняя периферия
косит сено	-	-	0,006	ближняя периферия

ней, а чаще к крайней периферии (*соблазняет 2, ухаживает 2, бегает за бабами*). Кроме того, такие признаки как *бьет жену 2, оскорбляет, не уважает женщин, не умеет ухаживать за женщинами* и прочие, неодобрительно характеризующие поведение *мужика* в отношении к противоположному полу, практические не выявлены в концепте *мужчина,* содержание которого содержит многочисленные когнитивные признаки, характеризующие его положительные взаимоотношения с женщиной (*любит женщин, ухаживает за женщинами 5, любит жену, флиртует 2, волочится за женщинами*).

В концепте *мужик* выявлены когнитивные признаки, отражающие традиционную мужскую физическую деревенскую деятельность (*рубит дрова 12, косит сено 10, работает в поле 5, колет дрова, пасет коров 2*), что не выявляется в концепте *мужчина*. Таким образом, в концепте *мужик* наблюдаются когнитивные следы его «крестьянского происхождения».

Таким образом, наблюдающиеся различия в содержании, яркости отдельных когнитивных признаков, составляющих ядро и ближнюю периферию, и полевой стратификации концептов *мужик* и *мужчина* свидетельствуют о том, что их можно рассматривать как близкие, но разные концепты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова З.Д. Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2006.

Рецензент — И.А.Стернин.
Статья принята к печати 11.11.2006 г.

МОДИФИКАЦИИ ДНЕВНИКОВОЙ ФОРМЫ В СОВРЕМЕННОМ РОМАНЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ (А.С. БАЙЕТТ И У. БОЙД)

© 2007 Н.А. Евграфова

Волгоградский государственный университет

Романы, написанные в форме дневника, пережили период особой популярности еще в XVIII веке. Тогда, как справедливо полагают многие ученые (Д. Лодж, Н.А. Соловьева, А. Елистратова), дневники, наряду с письмами, были одним из способов мотивации проникновения автора во внутренний мир персонажа. Жизнеподобие и достоверность в то время считались синонимами истины. В XIX столетии, с появлением приема несобственно прямой речи, повествование от первого лица[1] приобретает новое значение: писателей начинает интересовать не само по себе сознание отдельной личности, а в большей мере пропущенные через него социальные события. Именно поэтому классическим примером воспроизведения современной ситуации чаще всего называют «Мидлмарч» Дж. Элиот, где объективность изображения истории достигается за счет использования точек зрения разных персонажей.

XX век поднимает вопрос об авторе в литературном творчестве. «А до этого времени, - пишет В.А. Пестерев, - он [автор] как-то сам собой имелся в виду, без претензий и без вопросов, хотя автора всегда разумели, говорили и об авторстве произведения, и о том, что сказал автор. Но автор не был проблемой художественного творчества» [2, с.6]. Именно проблема автора в литературе заставила многих писателей по-новому взглянуть на традиционные жанры. Дневниковая форма, как, впрочем, и любая форма романа, находящаяся на границе вымышленного и реального (письма, мемуары, путевые заметки) обладает потенциалом для раскрытия новых принципов повествования. Думается, этим и объясняется достаточно частое обращение к ней писателей-постмодернистов.

Так, например, ученый и писатель Д. Лодж, заинтересовавшись проблемой сознания и ее репрезентацией в художественной литературе, создает традиционный для своего творчества университетский роман «Думают...» (2001) в дневниковой форме. Писатель учитывает открытия XX столетия: его герой Ральф Мессенджер использует для записей технические средства (диктофон, а затем программу распознавания голоса «Войсмастер»). Однако роман Лоджа больше напоминает эксперимент, пример использования постмодернистских приемов (фрагментарность, полистилистика, пародия, смена точек зрения) на практике и является хорошей иллюстрацией его теоретической работы «Сознание и роман» (2002), где он рассматривает эволюцию принципов повествования от первого лица (дневник Хелен Рид) к всеведущему автору (главы от третьего лица) и к модернистскому потоку сознания (записи Ральфа Мессенджера). В этой объемной статье Лодж также говорит о том, что в современной науке история понимается как «сумма индивидуальных человеческих жизней». «Историография, - продолжает исследователь, - предлагает выборочные мнения о событиях из отобранных человеческих жизней, но чем более научной является дисциплина, тем более скрупулезны ее попытки доказать реалистичность описываемого и тем меньше ее возможность показать полноту этих событий, воспринятых индивидуальным сознанием. А это именно то, на что способна повествовательная литература, а особенно роман» [3, с.13,14].

Итак, во второй половине XX века писателей, впрочем, как и многих ученых, уже не интересует объективная историческая правда. Напротив, каждый из них предлагает свое ви дение событий

1 В. Шмид ввел более общий термин «диегетический нарратор» - нарратор, который одновременно ведет повествование и является участником описываемых событий. Таким образом, тип нарратора любого произведение в форме дневника всегда диегетический. Несмотря на правомерность объяснения В. Шмидом причины отказа от понятия «первое лицо»: «грамматическая форма не должна лежать в основе типологии нарратора, поскольку любой рассказ ведется, собственно говоря, от первого лица, даже если грамматическое лицо в тексте выражено не эксплицитно» [1, с. 83], в данной статье представляется важным сохранить традиционное разграничение типов повествования для более четкого обозначения путей модификации дневниковой формы.

прошлого. Этот факт объясняет все возрастающее увлечение литературой non-fiction. Произведения о реальных людях и достоверных событиях из их жизни дополняются новыми фактами, зачастую коренным образом изменяющих общепринятую интерпретацию. Так, в романе А.С. Байетт «Ангел супружества» (1992) опровергается представление о У.Теннисоне как об искренне страдающем верном друге рано умершего поэта А. Галлама, а в «Чаттертоне» (1987) П. Акройда предлагается новая версия причины смерти поэта – неудачная попытка излечиться от сифилиса с помощью мышьяка.

Еще в 70-е годы XX века литературоведы и критики объяснили резкое повышение интереса к произведениям мемуарного и дневникового жанра «усилением личностного начала в литературе, в котором обострен историзм, а также ощущение единства личности и истории» [4, с.169]. В качестве доказательств своих гипотез о прошлом писатели часто обращаются к эпистолярным жанрам, которые в последнее время, по справедливому замечанию А. Барабаша, анализирующего документальные архивы, представляют собой «погружение внешне-исторических событий в собственный контекст» [5, с.226]. В художественных произведениях многообразные стилизации дневников, писем, мемуаров дают еще большую свободу в обращении с фактами истории. Это связано со способностью художественной литературы преодолевать «ограниченность нашего эмпирического сознания» и создавать «новые формы видения человека» [6, с. 235].

Так, например, в романах А.С. Байетт «Обладание» (1990) и У. Бойда «Нутро любого человека» (2002) дневники вымышленных писателей позволяют через восприятие конкретной личности воссоздать особенности описываемых эпох.

«Нутро любого человека» полностью состоит из дневников разных периодов вымышленного писателя и журналиста Логана Маунтстюарта, опубликованных одним из родственников после его смерти. Отклонение от жанрового канона наблюдается в эпизодах, где исчезает одна из отличительных особенностей дневников – интимность, предназначенность для самого себя. Так, в начале романа Логан упрекает себя в неискренности, в попытке скрыть за выражениями из художественной литературы истину: «Разумеется, сейчас, когда я это пишу, меня одолевают сомнения – и стыд. Откуда мне, собственно, знать, что такое взгляд, полный беспримесной чувственности?» [7, с.146]. В более поздних записях упоминается о возможности опубликования дневников. Предвидение вероятности обнародования личных переживаний, как предстоит убедиться при анализе романа А.С. Байетт, нарушает принцип секретности, а следовательно исчезает свойственная дневникам искренность. Маунтстюарт даже обращается к предполагаемому читателю, что противоречит канону дневникового жанра: «Вы могли видеть меня мелькающим в телевизионных новостях» [7, с.695], «только представьте» [7, с.774], «помните отель “Рембрандт” в Париже, я обычно останавливался в нем?» [7, с.774].

Модификации дневниковой формы очевидна и во внешней организации произведения. Записи Логана, как любое документальное издание личных архивов знаменитого человека, снабжены уточняющими вставками, комментариями, сносками, именным указателем, изложением событий из жизни героя, не отраженных в дневнике. Однако, если в традиционном романе, написанном в дневниковой форме, издатель сразу обозначает свою роль в появлении личных записей с помощью, скажем, предисловия, то в произведении У. Бойда личность комментатора остается неизвестной: читатель даже может предположить, что дневники были оформлены самим Маунстюартом, тем более что он упоминает о возможности издания мемуаров: «Ни с того ни с сего придумал название для моей автобиографии, если, конечно, я ее когда-нибудь напишу» [7, с.688]. Воспользовавшись терминологией В. Шмида, можно говорить о проблеме, возникающей при характеристике первичного нарратора (в данном романе издателя). Его личность невозможно охарактеризовать, несмотря на то, что он отстраняется как от героя (вторичного, диегетического нарратора Логана Маунтстюарта) за счет обособления его и своих комментариев, использования повествования от третьего лица в вставках, дополняющих события, не включенные в дневник[2], так и от конкретного автора У. Бойда, упоминая его имя и произведение в одной из сносок. Такое использование повествовательной структуры, думается, призвано подчеркнуть установку на «нероманность» дневникового жанра, его близость к документальности, но при этом романные приемы и средства подсказывают читателю, что эта документальность недостоверна, создана воображением.

Интерес к дневникам Логана обусловлен не известностью его как писателя или журналиста (герой умирает в бедности и безызвестности, да и удачливым писателем его с трудом можно назвать), а неохватностью его жизненного опыта и обширными знакомствами с людьми эпохи. Бойд использует достаточно характерный для историографических повествований прием столкновения вымышленных персонажей и реально существовавших людей. Логан высказывает свою неприязнь В. Вульф на вечеринке 4 марта 1935 года (упоминание об этом обеде содержится и

2 Этот прием позволяет рассматривать издателя одновременно как абстрактного и всеведущего автора.

в дневниках писательницы), Э. Пауэлл советует герою перевестись с исторического факультета на английскую литературу, И. Во неоднократно с ним беседует на различные темы, а Я. Флеминг играет решающую роль в жизни Маунтстюарта в период войны. Список знакомств героя романа можно было бы продолжить, однако смысл введения знаменитостей в сюжетный план остается неизменным: создать субъективную картину эпохи XX века. Несмотря на несомненную важность изображения внутреннего мира человека, изменения личности под воздействием внешних условий, что подтверждает и эпиграф из Г. Джеймса: «И никогда не думай, что проник в нутро любого человека». А также неоднократные упоминания об этом в тексте произведения: «Мы ведем дневники, чтобы ухватить и удержать ту совокупность наших “я”, которые и образую нас, отдельных человеческих существ» [7, с.14], «Дэвид Гаскойн сказал мне однажды, что единственный смысл ведения дневника состоит в том, чтобы сосредоточиться на личных, повседневных мелочах, а о великих и значительных событиях, происходящих в мире в целом, попросту забыть» [7, с.605].

Анализируя роман У. Бойда, А. Брукнер перечисляет все невероятные перипетии в жизни Маунтстюарта и делает вывод: «Это художественные приемы, но они работают» [8, с.41]. Одним из таких приемов, модифицирующих традиционную дневниковую форму, является постмодернистская полижанровость. Записи Маунтстюарта в зависимости от периода его жизни и окружающих его реальных и вымышленных людей перекликаются то с плутовским романом Испании или ранней университетской прозой Великобритании[3] («Школьный дневник» и «Оксфордский дневник»), то превращаются в реалистический роман в манере Э. Хемингуэя (Дневники времен гражданской войны), а после знакомства с Я. Флемингом Логан становится шпионом и соответственно его описания очень близки историям о Дж. Бонде.

Полижанровость у Бойда можно определить как внутреннюю, так как внешняя организация романа реализуется только на основе дневников[4] (не считая двух памятных записок тоже, однако, обладающих характеристиками личных записей). Что касается «Обладания» Байетт, то здесь следует отметить как внутреннюю, так и внешнюю полистилистику на уровне жанровых образований. В критике неоднократно отмечалась оригинальность фрагментарной структуры произведения, представляющей собой синтез дневников, писем, стихотворных текстов, сказок, научных и газетных статей. Помимо модификаций формы романа, обеспечивающей развитие сюжета за счет неканонического использования канонических жанров, произведение Байетт обладает чертами полижанровости, отражая в повествовании черты исторического, философского, готического, университетского, детективного и многих других жанров. Одна из ведущих ролей в создании этой многоуровневости принадлежит форме дневниковых записей.

В тексте романа упоминаются дневники четырех героев: реально существовавшего историка, автора объемного дневника К. Робинсона и вымышленных Эллен Эш (жены поэта Рэндольфа Эша), Бланш Гловер, подруги поэтессы Кристабель Ла Мотт, и двоюродной сестры последней – Сабины де Керкоз. Дневники отличаются друг от друга, но подчинены общей идее: поиску правды об отношениях известных поэтов XIX века Эша и Ла Мотт.

На первый взгляд может показаться, что функции дневниковой формы Байетт соотносятся с классическим каноном викторианского романа, где эпистолярные образцы, как полагала Дж. Остен, должны быть использованы «для интерпретации, а не для повествования или создания психологического портрета» [9, с.180]. Однако за счет двуплановости развития сюжета (в XIX и XX столетиях) это назначение дневников модифицируется. Герой-литературовед Роланд, пытаясь открыть истину, ищет подсказки в записях различных людей XIX века, то есть работает в архивах. Обилие документов, на которые опирается Митчелл, заставляет вспомнить понятие «всемирной библиотеки» Х. Л. Борхеса, а сам герой в своих размышлениях уподобляется Пьеру Менару – автору «Дон Кихота»: «Переписанные довольно-таки неразборчивым почерком Роланда, записи Робинсона выглядели странно, не так полнокровно и словно бы поутратили связь с обстоятельствами жизни писавшего» [10, с.38].

Что касается образа «всемирной библиотеки» или «архива», он соотносится практически с любым постмодернистским метароманом. Неслучайно С. Кин было введено понятие «архивного романа» для анализа современных произведений. Единственный недостаток термина исследовательницы заключается в том, что она ограничивает понятие архива реальным или виртуальным мес-

3 Тема Испании и Латинской Америки играет важную роль в развитии сюжета романа. Первые записи были сделаны на испанском языке, так как до шести лет Логан жил на родине своей матери в Уругвае, а затем переехал в Великобританию – родную страну отца. Двунациональное происхождение героя подчеркивается его полным именем Логан Гонсаго.

4 В тексте уже упоминалось о перекличках дневников в романе Бойда с мемуарами и автобиографией, однако смешение этих жанровых образований не выходит за рамки традиции, например, в «Робинзоне Крузо» Д. Дефо это размывание границ внутри автобиографических повествований уже присутствует.

том собрания письменных документов, которое можно посетить, и подчеркивает, что ее «архив» не имеет ничего общего с понятием М. Фуко: «мощные дискурсы, которые существуют во времени, вне произведений индивидуальных авторов» [11, с.50]. А ведь именно такое пространство предлагает в своем романе Байетт, что отчетливо проявляется при сопоставлении текстов, написанных людьми, которые часто даже не были знакомы друг с другом. Важно, что дневники разных авторов вплетаются в «игру зеркалами» романа и образуют, во-первых, текст-архив в понимании М. Фуко, становясь необходимыми для продвижения сюжета свидетельствами о прошлом, которые помогают героям-литературоведам в исследовании, а во-вторых, являются основополагающей составляющей целостности постмодернистского романа. Так, например, Эллен Эш признается в дневнике, что «воображала себя одновременно и дамой сердца каждого из рыцарей – непорочной Гиневрой – и сочинительницей этих историй» [10, с.154], и в записях Сабины де Керкоз находим похожее описание: «я воображала себя сэром Ланселотом, покуда не поняла, что я всего лишь женщина и должна довольствоваться ролью Элены Белорукой – страдать и сохнуть по Ланселоту» [10, с.426], а дискуссия об интерпретация легенды о Вивиан и Мерлине, отраженная в дневнике де Керкоз, перекликается с рассуждениями о работе над картиной о «пленении Мерлина девой Ниневой» [10, с.63]. Повторение этих моментов можно было бы назвать случайным, если бы они не отражались в идейном содержании романа в целом: соотношение мужского и женского начала в творчестве и жизни XIX – XX веков.

Для доказательства этой мысли следует более подробно проанализировать роль дневников в жизни трех женщин: Кристабель, Эллен и Сабины. Из документов Ла Мотт исследователям известны только письма. Она настоятельно советует своей племяннице никогда не вести дневник, так как «ничто так не связывает женщину в ее стремлении создать нечто достойное и прожить жизнь свою с пользой, как эта привычка [вглядывания в себя – Н.Е.]» [10, с.58]. И в то же время, поселившись в доме дяди, Кристабель рекомендует кузине, мечтающей стать писательницей, взяться за дневник для развития стиля и наблюдательности, но подчеркивает, что в ее записях «не должно быть места “многословным проявлениям девичьей меланхолии, экстатическим охам и вздохам, которые обожают разводить у себя в дневниках заурядные барышни с их трафаретными чувствами”» [10, с.427]. Таким образом, очевидно отступление от канона формы личного дневника. Сабина как будущая писательница берет на себя роль всеведущего автора, пытающегося проникнуть в сознание героев. Вместе с тем, Байетт не наделяет ее полной свободой, учитывая, что ее дневник – это первый писательский опыт двадцатилетней девушки, единственное окружение которой отец-ученый и гувернантка. Записи Сабины, несмотря на то, что она все время это отрицает, предназначены Кристабель как литературному критику. Однако, когда она испытывает искренние чувства (ревность и ненависть к Ла Мотт), ее дневник становится по-настоящему личным, но эти записи уже не представляют интереса для ученых-литературоведов (или не помогают в развитии основной сюжетной линии?), и поэтому французская исследовательница Ариана Ле Минье, обнаружившая дневник, прерывает его своим примечанием: «Здесь я пропустила несколько страниц, рассуждения Сабины становятся поверхностными и изобилуют повторами» [10, с.462].

Дневник Эллен Эш в большей мере связан с особенностями жизни аристократии викторианской эпохи. Эллен записывает каждую мелочь, происходящую в доме, что заставляет многих исследователей творчества ее мужа относиться к ней как к «милой бесцветности» (279). Однако Беатриса Нест, изучающая эти записи, подчеркивает: «Она [Эллен] понимала, что Падуб – великий поэт, и, конечно, догадывалась, что рано или поздно, если дневники не сжечь, то они – любители покопаться в грязном белье – до них доберутся. Догадывалась – но не сожгла» [10, с.278]. Именно умалчивание, написание дневников, «чтобы сбить с толку» [10, с.278] становится отличающей чертой записей миссис Эш. Справедливость предположения доктора Нест обнаруживается не только в главе 25, рассказанной от лица всеведущего автора, где эпизод, записанный Эллен в дневнике, воспринимается как эпиграф, требующий расшифровки: «Напиши она эти слова [об отношениях Рэндольфа и Кристабель – Н.Е.], они были бы правдивы; но не отразили бы правды во всей ее подлинности, полноте, со всеми оттенками той минуты, предшествовавшими и последующими умалчиваниями, не отразили бы жизни, обратившейся в сплошную недомолвку» [10, с.565]. Размышления, вызванные прочтением «Мелюзины» Кристабель, - это, пожалуй, единственные мысли Эллен, не прикрытые полуправдой, а отражающие ее «я», а не сознание рабыни, «трепетавшей от каждого его [Роланда] слова» [10, с.573].

Дневник миссис Эш явно предназначен для читателя XX века, знакомого с теорией подсознания З. Фрейда. Эллен описывает свой сон о шахматной игре, где ее королеве «большой, красный» [10, с.288] король не позволяет ходить больше, чем на одну клетку и, конечно же, современный читатель (а значит, интерпретация документов XIX

столетия выходит за рамки романного повествования) увидит в этом описание подавление прав женщины в викторианскую эпоху. Другой момент «оговорки» (зачеркнутая фраза «несмотря на все» перед предложением «мы так счастливы друг с другом» [10, с.289]) по Фрейду, которые сообщают о том, что Эллен знала о связи своего мужа до того, как это было доказано ходом сюжета.

Несмотря на все предположения, следует помнить, что «Обладание» - это метароман, и поэтому только соотнесение всех частей произведения, всех жанровых образований, его составляющих, позволяет делать конкретные выводы, которые, однако, не всегда приводят к постижению конечной правды о прошлом.

Итак, модификации дневниковой формы в романе Великобритании не выходят за рамки традиции психологизма. Писателей интересует внутренний мир героев, однако излагающиеся через призму индивидуального сознания исторические события позволяют говорить о ставших традиционными в XX веке «пере-писывании» истории и создании «историографического метаромана» (Л. Хатчеон). В рамках этой разновидности произведения в дневниковой форме воссоздают архив исторических фактов, зачастую являющихся фальсификациями из-за нарушения одного из основных принципов личных записей – интимности, предназначенности для самого себя. Что касается модификации на уровне формы, то здесь следует отметить использование различных интертекстуальных элементов (комментарии, примечания, письма, газетные и научные статьи), создающих характерную для постмодернизма жанровую и стилистическую фрагментарность. Таким образом, романы в форме дневников У.Бойда и А.С.Байетт органично вписываются в складывающийся канон английского постмодернизма, с его интересом к социально-бытовой стороне жизни индивида. При этом, художественный синтез представляет собой «объединение реалистического тезиса [значимость и опора на литературную традицию – Н.Е.] с постмодернистским антитезисом [обновление этой традиции за счет новейших приемов и идей – Н.Е.] – в искусстве высокой пробы, в романе, привлекающем ныне всеобщий интерес» [12, с. 24].

ЛИТЕРАТУРА

1. Шмид В. Нарратология. М.: Языки славянской культуры, 2003.

2. Пестерев В.А. Роль автора в современном зарубежном романе как художественная проблема. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1996.

3. Lodge D. Consciousness and the Novel. Connected Essays. L.: Pengun Books, 2003.

4. Новожилова А.М. Дневники писателей Серебряного века как литературный жанр // Диалектика модернизма. СПб.: Издательский дом «Міръ», 2006. – С.169.

5. Барабаш А. Архив как жанр. Архитектоника личной памяти // НЛО, №79, 2006.

6. Бройтман С.Н. Историческая поэтика// Теория литературы в 2 т. Т.2. М.: Издательский центр «Академия», 2004.

7. Бойд У. Нутро любого человека. / Пер. с англ. С. Ильина. М.: Росмэн, 2004.

8. Brookner A. Insouciance of a True Hero // The Spectator, 20 April, 2002.

9. Beebee T.O. Epistolary Fiction in Europe 1500 – 1850. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

10. Байетт А.С. Обладать / Пер. с англ. В.К. Ланчиков, Д.В. Псурцев. – М.: Торнтон и Сагден, - 2002.

11. Keen S. Romances of the Archive in Contemporary British Fiction. Toronto: Toronto University Press, 2003.

12. Андреев Л. Художественный синтез и постмодернизм // Вопросы литературы. 2001. №1.

Рецензент – В.В. Хорольский.

Статья принята к печати 17.01.2006.

СВОБОДА И ВОЛЯ: **СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

(на материале произведений А. И. Солженицына)

© 2007 А.А.Злобин

Вятский государственный гуманитарный университет

Известно, что наиболее близким лексико-семантическим вариантом слова ***свобода*** является существительное ***воля***. По данным этимологических словарей, лексемы ***свобода*** и ***воля*** являются общеславянскими и образованы суффиксальным способом (ср., напр., в: Шанский, Иванов, Шанская, 1986, с. 66, 404).

Существительные ***свобода*** и ***воля*** рассматривают как слова, обозначающие универсальные концепты русской языковой картины мира. Ср., напр.: Колесов 1986, Лихачев 1997, Хижняк 1999, Шмелев 2002, Солохина 2004 и др.

Д.Г. Хижняк, в частности, отмечает, что эти концепты «связаны с ментальностью русского человека, с русским видением мира» (Хижняк 2000, с. 69).

Существует также точка зрения, согласно которой ***свобода*** и ***воля*** характеризуется как единый концепт (Лисицын 1995).

Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы дать сопоставительный анализ слов ***свобода*** и ***воля*** в произведениях А.И. Солженицына и попытаться обосновать статус рассматриваемых понятий в концептуальной картине мира писателя. Использование того или иного языкового средства каким-либо автором в художественном

Значение слова *свобода*	**Значение слова *воля***
1. Возможность проявления субъектом своей воли на основе осознания законов развития природы и общества (Срезневский, МАС, Ушаков, Ожегов) 2. Отсутствие политического и экономического гнета, отсутствие стеснений и ограничений в общественной жизни какого-либо класса или общества в целом (Срезневский, МАС, БАС, Ушаков, Ожегов) 3. Отсутствие крепостной зависимости (Срезневский, МАС, БАС) 4. Состояние того, кто не находится в заключении, в неволе (Срезневский, МАС, БАС, Ушаков, Ожегов) 5. Личная независимость, самостоятельность, отсутствие зависимости от кого -, чего - либо или в связи с кем -, чем -, либо мешающим, стесняющим (Срезневский, МАС, БАС) 6. Возможность беспрепятственно, без стеснений и принуждения действовать в какой-нибудь области общественной жизни (Срезневский, МАС, БАС, Ушаков, Ожегов) 7. Легкость, отсутствие затруднений в чем-либо (МАС, БАС) 8. Непринужденность, отсутствие связанности (МАС, БАС) 9. Свободное незанятое время, досуг (МАС, БАС) 10.Государственная независимость, суверенитет (БАС) 11. Раздолье, простор, воля (БАС) 12. Избавление (Срезневский, БАС)	1. Одна из основных психических способностей, выражающаяся в действиях и поступках (МАС, БАС, Ушаков, Ожегов) 2. Желание требование (Срезневский, МАС, БАС, Ушаков, Ожегов) 3. Сознательное стремление к осуществлению какой-нибудь цели (Ушаков, Ожегов) 4. Власть, право распоряжаться по своему усмотрению (МАС, БАС, Ожегов) 5. Свобода в проявлении чего-либо, независимость (Срезневский, МАС, БАС, Ушаков, Ожегов) 6. Свободное состояние, не в тюрьме, е взаперти не взаперти (МАС, Ушаков, Ожегов) 7. Согласие (Срезневский)

Как видно из таблицы, в толковых словарях русского языка у слова ***свобода*** фиксируется 12 значений, у слова ***воля*** –7.

Следует сказать, что семантика анализируемых слов представлена в словарях весьма противоречиво и непоследовательно.

Вопрос об отражении семантики слова ***свобода*** в русском языке уже обсуждался нами в специальной статье, посвященной анализу словарных дефиниций данной лексемы (ср.: Злобин 2003). Наибольшее количество значений у слова ***свобода*** отмечается в БАС (12), наименьшее – в словарях С. И. Ожегова и Д. Н. Ушакова (по 4 значения). В МАС и словаре И. И. Срезневского приводится 8 значений слова ***свобода***.

Все словари выделяют три основных значения слова ***свобода***:

- *«отсутствие политического и экономического гнета, отсутствие стеснений и ограничений в общественной жизни и деятельности какого-либо класса или общества в целом»;*

- *«состояние того, кто не находится в заключении, в неволе»;*

- *«возможность беспрепятственно, без стеснений и принуждения действовать в какой-нибудь области общественной жизни»*.

Наибольшее количество значений у слова ***воля*** отмечается в словаре С.И. Ожегова (6), наименьшее – в словаре И. И. Срезневского (3). В словаре Д. Н. Ушакова и в МАС приводится 5 значений данной лексемы, в БАС – 4. Значениями, которые фиксируются всеми толковыми словарями русского языка, являются следующие два:

- *«желание, требование»;*

- *«свобода в проявлении чего-либо, независимость»*.

Сопоставительный анализ анализируемых лексических единиц позволяет утверждать, что смысловой диапазон слова ***свобода*** шире, чем слова ***воля***. Из всего спектра значений лишь два являются общими для данных лексем:

- «*состояние того, кто не находится в заключении, в неволе*» – «*свободное состояние, не в тюрьме, не взаперти*»;

- «*возможность проявления субъектом своей воли на основе осознания законов развития природы и общества*» – *«одна из основных психических способностей, выражающаяся в действиях и поступках»*.

Статистические данные свидетельствуют о том, что из двух близких по семантике слов А. И. Солженицын явно предпочитает лексему ***свобода*** (1858 примеров). Существительное ***воля*** зафиксировано в текстах А. И. Солженицына лишь в 181 случае. Это отвечает общеязыковой картине, в соответствии с которой слово ***воля*** по сравнению со словом ***свобода*** характеризуется как менее употребительное и распространенное в современном русском языке (ср., напр.: Шмелев 1996).

Анализ особенностей семантики и функционирования слова ***свобода*** в произведениях А. И. Солженицына обнаружил, что смысловой потенциал данного слова реализуется писателем полностью. Существительное ***свобода*** чаще всего используется автором в значениях, которые связаны с разными областями общественной жизни, с деятельностью какого-либо класса, общества или с правовой сферой. Ср., напр.: *Я считаю, что эта партия сыграла роковую роль в истории нашей молодой политической* ***свободы*** (Красное колесо); *Теперь, в междудумье, Столыпин отменил вероисповедные ограничения, уравнял в правах старообрядцев и сектантов. Установил* ***свободу*** *молитвенных зданий, религиозных общин* (Красное колесо); *Вот подлинное доказательство того, что в нашей стране –* ***свобода*** *печати – наличие печати в заключении* (Архипелаг ГУЛАГ). (См. об этом подробнее в: Злобин 2005).

Наблюдения над особенностями семантики и функционирования слова ***воля*** в текстах А. И. Солженицына показали, что в абсолютном большинстве случаев употребляется писателем в значении *«свободное состояние, не в тюрьме, не взаперти»* (166 примеров из 181). Ср., напр.: *Был же Коля студент литературного факультета. Арестованный со второго курса. Степан Григорьич хотел, чтоб он написал в тюрьме то, чего ему не дали на* ***воле*** (Один день Ивана Денисовича); *Единственным заданием этой комиссии было — как можно больше зэков как можно быстрей выпустить на* ***волю*** (Архипелаг ГУЛАГ).

Менее характерным для текстов А. И. Солженицына являются случаи использования слова ***воля*** в следующих значениях:

- *«свобода в проявлении чего-либо, независимость»* (5 примеров из 166). Ср., напр.: *Передельная община мешает плодоносию земли, не платит долга природе и не дает крестьянству своей* ***воли*** *и достатка* (Красное колесо);

- *«одна из основных психических способностей, выражающаяся в действиях и поступках»* (3 примера из 166). Ср., напр.: *Безусловно, у нашего Воротынцева была огромная сила* ***воли*** (Красное колесо);

- *«желание, требование»* (3 примера из 166). Ср., напр.: *Что же сказать о таком событии, когда страна демократическая, с открытой общественностью, как Англия, предает более миллиона человек против их* ***воли****?.. (*На Западе);

- *«сознательное стремление к осуществлению какой-либо цели»* (3 примера из 166) Ср., напр.: *Именно* ***воля*** *к победе всегда отличала наш многострадальный народ* (Красное колесо);

- *«власть, право распоряжаться по своему усмотрению»* (2 примера из 166). Ср., напр.: *— Мальчишка! — желчно воскликнул Сологдин.- Вам **волю** дай – вы всю землю отцов растрясете* (В круге первом).

В значении *«согласие»*, которое отмечается у слова ***воля*** в словаре И.И. Срезневского, данная лексическая единица в текстах А.И. Солженицына не зафиксирована вообще.

По мнению исследователей, лексемы ***свобода*** и ***воля*** в произведениях А.И. Солженицына приобретают дополнительные коннотации (Хижняк 1999, Шмелев 2000). Например, А.Д. Шмелев пишет: «В речи советских заключенных слово *воля* обозначало весь мир за пределами системы лагерей и в таком употреблении отразилось в представлении о *воле* как о внешнем, постороннем мире. Характерно, что слово *воля* (и его производные *вольный*, *вольняшка*) в таком значении могло употребляться только самими заключенными, а также говорящими, как бы становящимися на их «точку зрения» (Шмелев 2000, с. 74 – 75).

К подобному выводу приходит и Д.Г. Хижняк. Ср.: «В семантическом пространстве писателя синонимы ***свобода*** и ***воля*** не пересекаются в одном контексте: за ними как бы закрепляются» разные лексические сферы. ***Свобода*** у писателя чаще проявляется как возможность некоторого рода занятий и такая свобода представляется зэкам в лагере – свободные минуты, например, от утреннего построения до завтрака, когда зэк живет для себя, то есть сам решает, чем ему заняться. Минуты относительной свободы в лагере – это, конечно, свобода иллюзорная. Рамки лагерной жизни и ее жестокость, грязь – это то, что враждебно свободе. Но свобода тех, кто живет вне зоны, иллюзорна... Совсем другие ассоциативные связи, иную аксиологическую нагрузку влечет за собой в текстах А.И. Солженицына слово ***воля***... ***Воля*** в сознании героя А.И. Солженицына с образом родного дома, своего крова, того места, ближе которого нет...» (Хижняк 1999, с.71-72).

Собранный нами языковой материал подтверждает мысль, высказанную исследователями. Ср., напр.: *А иной раз как подумаешь – дух сопрет: срок-то все ж кончается, катушка-то на размоте... Господи! Своими ногами – да на **волю**, а?* (Один день Ивана Денисовича); *Тюремные сроки были так длинны, что никто еще не задумывался о тех годах, когда выйдет на **волю*** (В круге первом); *Он отбыл свои положенные десять лет, после чего во внимание к длинному списку научных заслуг послан был в Марфино к **вольным** и проработал здесь три года* (В круге первом); *Но несмотря на тщательное оповещение о лекции, несмотря на всю притягательность ее, марфинские **вольняшки** тянулись на нее как-то лениво и под разными предлогами старались задержаться в лабораториях* (В круге первом).

Каждая из рассматриваемых лексических единиц занимает у А.И. Солженицына свое смысловое пространство. ***Свобода*** предназначена для обозначения возможности выбора определенной деятельности, регламентированной правом, законом. Ср., напр.: *Любая **свобода** должна быть связана с соблюдением закона* (Красное колесо); *В тюрьме усвоив прочно, что **свобода** начинается с уважения прав других, Хоробров со вздохом спустил ноги на пол и направился к выходу* (В круге первом). ***Воля*** – это номинация внелагерного пространства. «Вольняшки», «вольные» у А. И. Солженицына – это те, кто не понимает истинных ценностей. Они «едут мимо жизни». Ср., напр.: ***Вольняшки** не знают цены вещам! Для зэка, кому не всегда доступно дешевенькое зеркальце меньше ладони, посмотреть на себя в большое зеркало – праздник* (В круге первом).

Люди, живущие на воле, по мнению писателя, не могут обрести подлинной свободы и быть по-настоящему свободными. Ср., напр.: *Только в тюрьме, а не на семейной **воле**, мужчина так **свободен** в мыслях, не связан в поступках и готов к жертвам* (В круге первом); *Что тебе на **воле**? На **воле** твоя последняя вера терниями заглохнет! Ты радуйся, что в тюрьме! Здесь тебе есть место о душе подумать!* (Один день Ивана Денисовича).

Таким образом, понятия, обозначаемые словами ***свобода*** и ***воля***, оказываются в произведениях А. И. Солженицына вполне самостоятельными. Каждое служит номинацией определенного жизненного пространства. О свободе мечтают в лагерной зоне, где свобода жестко противостоит несвободе. Воля для пребывающих в зоне людей – понятие другого мира.

Анализ конкретного языкового материала свидетельствует о том, что понятия, обозначаемые существительными ***свобода*** и ***воля***, следует рассматривать как самостоятельные концепты русской языковой картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Варзин А.В. Свобода как языковой и духовный опыт: номинализация и концептуализация Ф. М. Достоевского: дисс...канд. филол. наук. – Шуя, 2003

2. Катаева Н. М. Русский концепт воля: от словаря к тексту: дисс.... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2004

3. Злобин А.А. Отражение семантики слова СВОБОДА в словарях русского языка// Актуальные проблемы современной филологии. Языкознание: сб. по м-лам Всерос.науч.-практ. конф. Ч.1. – Киров, 2003. С. 41–46

4. Злобин А.А. О реализации смыслового

потенциала слова *свобода* в произведениях А. И. Солженицына // Проблемы языковой картины мира на современном этапе. Сб. ст. по м-лам Всерос.науч-практ. конф. молодых ученых. – Нижний Новгород, 2005. — С. 74–79

5. Лисицын А.Г. Анализ концепта *свобода – воля – вольность* в русском языке: дисс.... канд. филол. наук / А.Г. Лисицын – М., 1995

6. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. – М.,1997

7. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М., 1992.

8. Словарь русского языка: в 4 т. – М., 1984 (МАС)

9. Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. – М.,1962 (БАС).

10. Срезневский И.И. Материалы для словаря древнерусского языка по письменным памятникам / И.И. Срезневский – М., 1912.

11. Солохина А.С. Концепт «свобода» в английской и русской лингвокультурах дисс.... канд. филол. наук / А.С. Солоухина – Волгоград, 2004

12. Толковый словарь русского языка / под ред. Б. М. Волина и Д. Н. Ушакова. – М., 1940 (Ушаков).

13. Хижняк Д.Г. Концепт «свобода» — «воля» в современной коммуникации / Д.Г. Хижняк// Проблемы речевой коммуникации. – Саратов, 2000.

14. Шанский Н.М. Краткий этимологический словарь русского языка / Н.М. Шанский, В.В. Иванов, Т.В. Шанская – М.,1986.

15. Шмелев А.Д. Лексический состав русского языка как отражение русской души / А.Д. Шмелев // РЯШ. – 1996. – №4

16. Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира. Материалы к словарю. / А.Д. Шмелев– М., 2002

Рецензент – Н.Н. Козлова.

Статья принята к печати 14.12.2006

СТАНОВЛЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ В МЕМУАРНОЙ ПРОЗЕ РУССКИХ ПИСАТЕЛЕЙ-ЭМИГРАНТОВ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ

© 2007 Н.Н. Кознова

Старооскольский филиал Белгородского государственного университета

Русская эмиграция первой волны — следствие тяжелых потрясений, обрушившихся на Россию в начале XX века. Наши соотечественники отказались жить и трудиться в условиях несвободы, подвергая свою жизнь и жизни своих близких смертельной опасности, поэтому и оказались на чужбине, как на «спасительном острове». Немного оправившись от пережитого, эмигранты обратили свои мысли к осознанию событий, уже произошедших и происходящих в современном им российском обществе.

Прежде всего, осмысления требовала русская революция, как событие и явление. Первая реакция людей, попавших в водоворот революционных дней, имела в большей степени эмоциональный характер. Октябрьский переворот определялся как «катастрофа», «апокалипсис», «неуправляемая стихия», «наказание Божье», «вихрь», «метель», «буря», «ураган» и т.п. Такие эпитеты в большинстве своем встречаются как в художественно-мемуарной прозе, так и в философско-публицистических работах.

Ученые, историки, политики изначально пытались дать революции научно-логическое обоснование. Ее определяли, как точку, с которой начинается отсчет новой эры, грань, между прошлым и будущим; важный политический урок для России и других стран мира; социальный эксперимент, с неизвестным финалом и т. п.

Все же эмоционально-чувственный подход и рассудочно-логический в отрыве друг от друга представлялись односторонне неполными. Для того чтобы достичь объективной оценки, необходимо накопление фактов, документов, анализ собственного жизненного опыта, с одной стороны, и глубокое изучение истории, культуры, с другой. Историческая наука Русского Зарубежья в тот момент обратились к собиранию как можно большего количества фактов, которые, по предположению ученых, с течением времени должны вскрыть формы, проявляющие законы общественного развития.

Публицистика и мемуаристика 1920-х годов подтверждает общее увлечение эмигрантов воспоминаниями, дневниками, письменными свидетельствами очевидцев революционных событий. В роли мемуаристов выступили и рядовые граждане, и политические, и военные деятели, и профессиональные историки, и художники слова. На страницах периодической эмигрантской печати многие имена историков, философов стояли рядом с именами писателей и литературных критиков, публицистов: Милюков, Бицилли, Флоровский, Федотов, Степун, Бердяев, Зайцев, Бунин, Ремизов, Шмелев, Гиппиус, Мережковский, Адамович, Вейдле, Ходасевич и др.

Однако, несмотря на большое желание найти причины, приведшие русское общество к катастрофе, определить истоки революционности, эмигранты обращались к прошлому избирательно. С одной стороны, погружаясь в давно ушедшие времена, эмигранты пытались хотя бы на короткий срок забыть пережитые в революционные дни несчастья. Их внимание было сосредоточено на тех исторических событиях и лицах, которые возвращали душевный покой и порядок в мыслях, вызывали гордость за свою страну. С другой стороны, выходцы из революционной России не могли забыть недавнее прошлое, стремясь стать его летописцами и судьями.

В первом случае особенно привлекательными оказывались выдающиеся личности, национальные герои, повлиявшие на ход событий в отечественной истории: Владимир Мономах, Александр Невский, Сергий Радонежский, Петр I, Кутузов, Пушкин, Достоевский, Толстой и др.

Так, В. Ходасевич в ряде своих литературно-критических статей 1920–1930-х гг. («Современные записки», «Возрождение») неоднократно обращался к выдающимся классикам русской литературы: Пушкину, Грибоедову, Гоголю, Тютчеву, Толстому, посвятил отдельную статью «Слову о полку Игореве», да и в воспоминаниях о своих современниках («Некрополь») неоднократно

упоминал имена Л. Толстого и Ф. М. Достоевского, А. Фета и С. М. Соловьева, находил точки соприкосновения нового современного искусства XX века с классическим опытом века прошлого.

Однако прошлое не мыслилось в отрыве от настоящего. В мемуарной прозе Ходасевича интересовали не столько художественные достижения классиков, сколько роль и значение их творчества в современной писателю послереволюционной России. В одном из мемуарных очерков («Пролеткульт и т. п.») писатель рассказывает о попытке «продвижения в массы» Пушкина во времена Пролеткульта, когда ему пришлось читать лекции в литературной студии для молодых людей из рабочей среды, будущих пролетарских писателей. «Занятия шли успешно, — вспоминает Ходасевич, — но именно это и не нравилось верховным руководителям Пролеткульта. С их точки зрения, /.../ слушатели, из которых должны были составиться кадры пролетарской литературы, должны были перенять у Пушкина «мастерство», литературную «технику», но ни в коем случае не поддаваться обаянию его творчества и его личности»[1]. Поэтому, придя всего лишь на четвертую встречу со слушателями, Ходасевич узнал, что лекции отменены, а студийцы отправлены на фронт. «Настоящее» не позволяло глубоко и надолго погружаться в прошлое, приближаться к дорогим и памятным каждому русскому лицам.

Г. Иванов в мемуарной книге «Петербургские зимы» также с горечью отмечал разрыв связей между постреволюционным состоянием российского общества и духовной культурой прошлых столетий. Теперь, утверждает Иванов, слова Достоевского о великом национальном поэте: «Пушкин — наше все», не только не являются синонимами величия русской культуры, но — «просто несравнимые величины»[2].

Однако подобные процессы, разрыва, распада, были характерны для Советской республики 1920-х годов, эмигрантское же сообщество в обращении к отечественной истории и культуре видело путь к спасению и утверждению в западном мире, как отдельной части русских людей, так и России в целом. Не случайно Б. Зайцев в годы эмиграции обратился к созданию художественных биографий своих великих предшественников: В. А. Жуковского, И. С. Тургенева, Сергия Радонежского. Писатель мечтал представить свою родину во всей полноте национальных черт и особенностей, по его собственному утверждению, «раскрыть Россию в трех лицах: Сергий Радонежский, Тургенев и Суворов. Святой, художник и воин»[3]. В действительности воплотились только два первых замысла, но и этого было достаточно, чтобы явить миру красоту и мощь русского национального характера.

В мемуарной прозе («Москва», «Далекое») Зайцев, повествуя о событиях в Москве начала XX века, ощущает XIX век и лучших его представителей очень близкими своему поколению. Например, рассказывая об открытии памятника Гоголю на Пречистинском бульваре в 1909 г., мемуарист касается и некоторых сторон характера великого писателя, и отношения к нему читающей публики, и передает ностальгические чувства по любимой им старой Москве. Писатель невольно обращается к контрастной, сопоставительной композиции: «было — стало», характерной и для мемуарной книги Г. Иванова «Петербургские зимы», и для книги очерков-портретов Ходасевича «Некрополь».

«Человеческая память отбирает в прошлом только приятные и нужные воспоминания, то же происходит и с памятью групповой, в особенности, если это группа образованных людей, которые могут выразить свое восприятие прошлого в литературной форме»[4], — утверждает исследователь русского зарубежья М. Раев. И все же, думается, причина воссоздания облика прошлой России и лучших ее представителей для мемуаристов русской эмиграции заключается не только в желании вспоминать о приятом, услаждающем душу. Обращение к личности и судьбе великих предшественников, осмысление проявленной ими на благо Отечества творческой энергии оказывало влияние на становление исторического сознания эмигрантского сообщества, вызывало гордость за свою великую Родину, подчеркивало причастность к своей земле, культуре, понимание того, что эмигранты не безродные странники, а представители великой державы. Постепенно рождалось понимание, что им есть для чего жить, за что бороться, что хранить в памяти и передавать потомкам.

По мнению Б. Зайцева, многое теперь виделось по-иному, иначе оценивалось. «Когда в самой России жили, средь повседневности, деревянных изб, проселочных дорог, неисторического пейзажа, менее это замечали», — пишет он в статье «Слово о Родине». — Теперь же «яснее, чище видим общий, тысячелетний и духовный облик Родины. /.../ Сильнее ощущаем связь истории, связь поколений и строительства, и внутреннее их ядро, отливающее разными оттенками, но в существе своем все то же, лишь вековым путем движущееся. Представляется это движение и значительнее, чем казалось раньше»[5]. Таким образом, прошлое необходимо было осознать и крепче связать с настоящим, чтобы жить дальше и понимать смысл собственного существования.

И. А. Бунин, всегда так тонко чувствовавший дух далеких исторических времен, в 1920-е годы все дальше уходит от прошлого и в «Окаянных

днях» ведет своеобразную страшную летопись революционных и постреволюционных дней в России, придавая совершающимся историческим событиям всемирный, даже вселенский размах. Революция и война — звенья одной цепи в понимании писателя, несущие за собой смерть и разрушения. На его глазах и через год, и через два после революции продолжают гибнуть люди, ведется страшная бойня, которой не видно конца, где «отец — на сына», «брат — на брата». Печально, торжественно и вместе с тем вполне современно на тот момент звучат в тексте «Окаянных дней» цитаты из «Российской истории» Татищева: «Брат на брата, сынове против отцев, рабы на господ, друг другу ищут умертвить единаго ради корыстолюбия, похоти и власти, ища брат брата достояния лишить, не ведущее, яко премудрый глаголет: ища чужого, о своем в оный день возрыдает...»[6]

И все же, как бы ни были трагичны и мрачны страницы бунинской книги, в основе ее лежит не отрицание какой-то части бытия, определенной исторической эпохи, а утверждение целостности, единства мира и человека, веры в будущее России. «Если бы я эту «икону», эту Русь не любил, не видал, из за чего же бы я так сходил с ума все эти годы, из-за чего страдал так беспрерывно, так люто?»[7] — Спрашивает писатель.

Книга И. Шмелева «Солнце мертвых» также возвращает современников писателя в недалекое прошлое. Критики Зарубежья назвали ее «откликом на революцию», «художественным документом» о страшных днях Крыма после разгрома Белой армии. Но «документ» этот, создан рукой художника, поэтому эмоциональное ощущение действительности в нем все же преобладает, но, но, несмотря на лирический размах, произведение являет собой страшную историческую летопись. Автор повествует о трагическом состоянии послереволюционной России, постепенно усиливая апокалипсическое ощущение действительности, акцентируя внимание читателя на понятиях «Конец» и «Смерть», как в смысле естественном, физическом (людей, животных, растений, самого света, солнца), так и духовном.

И. Шмелев четко определяет тот разлом, который наметился после революции между новой историей и прошлым России. «Новые творцы жизни, откуда вы?! — спрашивает он. — С легкостью безоглядной расточили собранное народом русским! Осквернили гроба святых и чуждый вам прах Благоверного Александра, борца за Русь, потревожили в вечном сне. Рвете самую память Руси, стираете имена-лики... Самое имя взяли и пустили по миру, безымянной, родства не помнящей. Эх, Россия!..»[8].

Если «творцы новой жизни» отрезали себя от подлинной истории России, то на старой русской интеллигенции лежала большая ответственность — сохранение памяти о прошлом для будущего. На вопрос что же делать сейчас русской эмиграции писатель отвечает: «Пока есть время надо разобраться в планах всяческого строительства. Это должное дело многих специалистов: государственников, хозяйственников, военных, педагогов, философов, ученых. Готовы ли?! Ни государства, ни хозяйства, — никакой культуры: случайность существования, развал, XIV век, послетатарщина. Нужно остановить вымирание, наметить просеки всяческого строительства...»[9] Остановить вымирание всего живого в России означало, прежде всего, восстановить связь времен, возродить духовную культуру. Русские писатели-эмигранты пытались представить свою точку зрения на движение истории и пути дальнейшего развития России.

Д. Мережковский русскую революцию и предшествующие ей события воспринял, прежде всего, как явления духовного порядка. «Большевизм, дитя мировой войны, так же, как эта война, — только следствие глубочайшего духовного кризиса всей европейской культуры», — писал он в книге «Большевизм, Европа и Россия»[10] (1921). В другой историко-публицистической работе «Тайна Трех. Египет и Вавилон» (1925) Д. Мережковский, несмотря на обращение к далекому прошлому человечества, не перестает думать о настоящем и будущем, как России, так и всего мира. В Египте и Вавилоне его интересуют провозвестия христианской религии, а христианство его привлекает как царство Духа, эсхатологически, в его проекции на будущее. «Христианство — начало Европы, и конец христианства — конец Европы»[11], — заключает Мережковский, надеясь, что русский человек, все-таки останется христианином в душе, несмотря на трудности и лишения, в этом писатель видит путь к будущему возрождению России.

Возрождение и рост религиозных настроений в эмигрантской среде породили интерес к истории православной Церкви и роли религиозного фактора в русской идейной и культурной жизни. В этом направлении работали Г. Флоровский («Пути русского богословия») и Г. Федотов («Святые древней Руси», «Русское религиозное сознание»). Духовные искания философов поддерживают и писатели-эмигранты.

Б. Зайцев пишет книги «Афон» и «Валаам», представляющие собой сборники мемуарно-путевых очерков, рассказывающих о путешествии писателя по святым местам православного христианства. И. Шмелев создает художественные произведения «Лето господне», «Богомолье», в статьях и воспоминаниях неоднократно касается темы русской духовной культуры, важности ее

сохранения, как в эмигрантской среде, так и в далекой теперь России.

Отношение русских писателей-эмигрантов к прошлому вполне четко выразил Б. Зайцев, определяя его так: сначала оцепенение, нежелание ни о чем думать и говорить, далее «отход к общечеловеческому и Западу», потом — созерцание издали России, вначале трагической, революционной, затем — далекой и легендарной, и позже, с течением времени, — уход в глубь времен, к Святой Руси («Молодость — Россия»).

История, философия, литература — сообщающиеся сосуды эмигрантской мысли в русском Зарубежье, и развивались они в одном направлении. Становится очевидным, что путь познания истины, обрисованный в мемуарной и публицистической литературе 1920–1930-х гг., в целом характерен для русских эмигрантов первой волны. Это путь — от осознания недавнего, но слишком значимого для всех, революционного прошлого России, к поискам причин социальной катастрофы и истокам возрождения утерянной духовности в русском народе.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Ходасевич. В. Ф. Перед зеркалом / В.Ф. Ходасевич — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. — С. 288.

2. Иванов Г. В. Петербургские зимы // Иванов Г. В. Собрание сочинений. В 3 тт. — Т. 3: Мемуары. Литературная критика. — М.: Согласие, 1993. — С. 191.

3. Городецкая Н. В гостях у Б. К. Зайцева / Н. Городецкая // Возрождение — 1931. — №2051.

4. Раев М. Россия за рубежом: История культуры русской эмиграции. 1919–1939 / М. Раев — М.: Прогресс-Академия, 1994. — С. 199.

5. Зайцев Б. К. Слово о Родине // Зайцев Б. К. Собр. Соч. в 3 т. Т.2. — М.: Худож. лит.; ТЕРРА, 1993. — С. 6.

6. Бунин И. А. Окаянные дни / И.А. Бунин — М.: Советский писатель, 1990. — С. 57.

7. Бунин И. А. Окаянные дни / И.А. Бунин — М.: Советский писатель, 1990. — С. 62.

8. Шмелев И. С. Пути небесные / И.С. Шмелев — М., 1991. — С. 73.

9. Шмелев И. С. Собр. Соч.: В 5 т. Т. 2. Въезд в Париж: Рассказы. Воспоминания. Публицистика. — М.: Русская книга, 2001. — С. 443.

10. Цит. по Струве Г. Русская литература в изгнании. Краткий биографический словарь русского Зарубежья. — Париж:YMKA-Press; М.: Русский путь, 1996. — С. 73.

11. Струве П. Б.Размышления о русской революции / П.Б. Струве — Рос. Болгарское книгоиздательство. — София, 1921. — С. 17.

Рецензент – Т.В. Лебедева.

Статья принята к печати 21.12.2006.

ЛИРИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ В ЦИКЛЕ А. БЛОКА «КАРМЕН»

© 2007 А.Г. Кулик

Воронежский государственный педагогический университет

В марте 1914 года Блок написал цикл «Кармен», состоящий из десяти стихотворений. Он посвящен певице Л.А. Дельмас, исполнявшей главную партию в одноименной опере Ж. Бизе: «В январе 1918 года я не менее слепо отдался стихии, чем в январе 1907 и в марте 1914 года» [1]. Источников написания цикла несколько: новелла Проспера Мериме, опера и, конечно, реальная биографическая ситуация. Все источники своеобразно отражены в произведении, что вызывает различные подходы к изучению сюжета цикла.

Внимания заслуживают две основные работы, в которых рассматривается лирический сюжет «Кармен». Впервые данный вопрос затронут в статье В. А. Сапогова «Сюжет в лирическом цикле». По мнению автора, доблоковская трактовка «Кармен» (Мериме, Бизе), «связь этого образа с поэтической картиной мира поэта» и реальные события «составляют фабульную ситуацию, точнее — то, что удалось реконструировать в ней, реализованную в сюжетных вариациях ЛЦ А. Блока «Кармен»» [2]. Однако в своей статье В.А. Сапогов не дает четкого определения лирического сюжета, поэтому до конца не ясно, что подразумевается под «фабульной ситуацией».

В качестве рабочего определения сюжета в лирическом цикле в данной работе используется следующее – это система переживаний, мыслей и чувств лирического героя.

В 1995 году в статье «»Кармен». Лирическая поэма как антироман» Е.Г. Эткинд рассмотрел сюжет, исходя из движения местоимений в цикле, и в результате пришел к выводу, что «сюжетное движение в «Кармен» сводится к формуле: Я – ОНА – ЛЮБОВЬ» [3]. Местоимения действительно отражают движение лирической эмоции, но, вопреки мнению автора статьи, схема оказывается другой: сам автор на протяжении цикла, иногда утрированно повторяя, акцентирует внимание на последовательности движения местоимений: я – Вы – ты. Следовательно, «сюжетное движение» в произведении происходит иначе.

Исследователи цикла исходили из сложившейся традиции, стараясь определить, в какой мере эпический сюжет повлиял на цикл Блока, и как он отразился в произведении. Но взаимодействие в «Кармен» двух начал, эпического и лирического, которым соответствуют разные сюжетные линии, до настоящего момента не рассматривалось. Безусловно, источники отражены в произведении, на это указано в самом цикле, но, рассматривая «Кармен» в контексте предшествующей традиции, необходимо исходить из того, что новелла и опера, литературный и музыкальный источники, предполагают сюжет эпический, и что воспроизведение этого сюжета в пределах нескольких стихотворений лирического цикла невозможно. Другой род литературы и поэтическая форма требуют иной организации сюжета, но несмотря на небольшой объем лирический цикл призван раскрыть целую «программу», авторскую концепцию.

Поэтому цель настоящей работы – рассмотреть взаимодействие в цикле «Кармен» традиции и новаторства, эпического и лирического, выявить те закономерности и механизмы, которые позволили в рамках лирического цикла дать интерпретацию эпического сюжета.

Задумав сделать «Изборник» из всей «лирической трилогии», Блок оставил из «Кармен» только первое стихотворение, обозначив его, как и в цикле курсивом:

Как океан меняет цвет,
Когда в нагроможденной туче
Вдруг полыхнет мигнувший свет,–
Так сердце под грозой певучей
Меняет строй, боясь вздохнуть,
И кровь бросается в ланиты,
И слезы счастья душат грудь
Перед явленьем Карменситы [4].

Далее курсив в цикле будет использоваться для обозначения опорных моментов лирического

сюжета (отдельных слов) и для выделения чужого слова, – цитат из клавира. Иную функцию выполняет курсив первого текста. Стихотворение, открывающее цикл, является своеобразной наметкой сюжета, который будет реализовываться в последующих текстах, обрастая эпическими знаками, чувствами и переживаниями. Стихотворение задает тот высокий и торжественный тон, который отличает блоковский цикл от текстов-источников, создает его особенность в контексте предшествующей традиции.

Лирику отличает «перенаселенность стихового пространства» [5]. Чем меньше объем художественного произведения, тем большую смысловую нагрузку несут отдельные слова. Блок строит цикл, опираясь на конкретные слова. Слова складываются в определенную систему, которая выражает суть авторской концепции. Особенность цикла «Кармен» – контраст между сложившимся представлением о цыганке и блоковским.

В эпическом сюжете, особенно новелле, образ Кармен более реалистичный, даже сниженный: «Глаза у нее были раскосые, но чудесно вырезанные. Губы немного полные, но красиво очерченные, а за ними виднелись зубы, белее очищенных миндалин. Ее волосы, быть может, немного грубые, были черные, с синим, как вороново крыло, отливом, длинные и блестящие...» [6].

По отношению к этому же образу в первом стихотворении Блок употребляет не просто высокие слова, а архаичные – ланиты, явление. На протяжении цикла это словарное поле продолжает расширяться. Из новеллы Блок заимствует основные характеристики Кармен, знаки ее образа – взгляд, волосы, зубы, осанка, – и дает эквиваленты этих слов, контрастные по отношению к эпической традиции: *явление, взор, очи, стан, лик, золото кудрей*. Архаичная лексика нередко встречается в трилогии Блока, но особенно ею насыщен цикл «Кармен». В пределах одного произведения Блок создает словарь, в котором есть центральные и периферийные слова, то, что ранее было единичным, теперь складывается в систему, позволяющую с помощью нескольких слов создать новый образ цыганки, –«царицы блаженных времен».

Роль периферийных слов в цикле играет привычная блоковская лексика, с помощью которой складывается представление о времени, пространстве, состоянии лирического героя, развитии эмоции *(лёд – снежная весна – таль*). Она создает семантическое поле, контрастное эпическому сюжету: в начале цикла очерчивается действительность, далекая от солнечной Андалузии и необычная для испанской цыганки – Петербург, ранняя весна, мокрый снег.

На небе – празелень, и месяца осколок
Омыт, в лазури спит, и ветер, чуть дыша,
Проходит, и весна, и лед последний колок,
И в сонный входит вихрь смятенная душа...

Первые стихотворения буквально пронизаны привычными блоковскими символами, «словами-остриями», устойчивыми знаками его поэтического мира: *окно, лазурь, сон, вихрь, заря, март, весна, демон, голос, буря, сны, ветер, снег, таль, вербы, розы*.

Параллельно с блоковской системой символов складывается еще одно знаковое поле, связанное с именем. Эпический сюжет дан в цикле, как каркас, объединяющий все стихотворения, который создает иллюзию смены событий, хотя никакого событийного ряда в цикле нет. Эпический каркас является основой, базой для развития лирического сюжета.

Культурный пласт, связанный с именем цыганки, представлен сценами из оперы, деталями декорации, цитатами из клавира, именами персонажей (Хозе, Эскамильо, Цунига, Лиллас-Пастья):

Бушует снежная весна.
Я отвожу глаза от книги...
О, страшный час, когда она,
Читая по руке Цуниги,
В глаза Хозе метнула взгляд!<...>
И я забыл все дни, все ночи,
И сердце захлестнула кровь,
Смывая память об отчизне...
А голос пел: Ценою жизни
Ты мне заплатишь за любовь!

Эпический сюжет воспроизводится в цикле, начиная с первого акта оперы. Более того, сразу же упоминается сцена гадания по руке Цуниги, которая отсутствовала в новелле и была введена в постановку театром Музыкальной драмы. Не новелла («Я отвожу глаза от книги...»), а сценическая постановка вызывает волнение лирического героя и привлекает внимание.

Интересно, что в цикле схематично акт за актом прослеживается сюжет всей оперы. В стихотворениях, пятом и шестом, дан второй и четвертый акт – цыганская пляска в таверне, декорации таверны Лиллас-Пастьи, куплеты тореадора, убийство Кармен и гибель Хозе. О завершении эпического сюжета говорит цитата из арии Хозе в стихотворении «Сердитый взор бесцветных глаз...»:

«Уйдем, уйдем от жизни,
Уйдем от этой грустной жизни!»
Кричит погибший человек...

Кульминационный момент цикла восходит к реальной встрече, которая произошла в театре Музыкальной драмы 2 марта 1914 года. В письме Л.А. Дельмас в тот вечер Блок писал: «Сегодня я узнал, что Вы больше не служите в М.Д. и что Вы в театре. Мне показывали Вас. Я смотрел на Вас, не видя и не слушал того, что делалось на сцене... Не знаю, какой заколдованный цветок Вы бросили мне, не Вы бросили, но я поймал» [7]. Содержание стихотворения отсылает к первому тексту, в котором говорилось о явлении Карменситы. «Явление» – ключевое слово в цикле:

Сердитый взор бесцветных глаз.
Их гордый вызов, их презренье.
Всех линий – таянье и пенье.
Так я Вас встретил в первый раз.

В стихотворении разворачиваются два плана – сцена и партер. Действие происходит одновременно, но на сцене – финал оперы (4 акт), а в партере – начало другого сюжета, – встреча с Кармен. Все, из чего вырастает цикл, – явление, встреча, взгляд, впечатление от образа, на которое наслаивается эпическая традиция. Явление главной героини – «точка отсчета», «момент лирической концентрации». Сюжет в цикле развивается с фиксированной точки, с которой «поэт рассылает свои проекции-излучения во времени и в пространстве...

Для того, чтобы момент лирической концентрации стал основой стихотворения, он должен быть предварен или окружен минимумом эмпирических подробностей, конкретных обстоятельств, аксессуаров, натолкнувших поэта на определенный ход мыслей и на определенные переживания, должен обладать хотя бы некоторой долей коммуникативности, должен быть хотя бы минимально развернут в сюжет» [8].

Так происходит в «Кармен». Блок целенаправленно показывает схему эпического сюжета, он сам указывает на источники – книгу и оперу; предваряет «явление» героини иллюзией сюжета. А в центр произведения помещает реальное событие – встречу в театре, вокруг которой и разворачивается движение цикла. Дальнейшее развитие лирического сюжета происходит на ассоциациях, связанных с явлением героини.

На Вербное воскресенье Дельмас подарила Блоку букет, состоящий из верб, колосьев и роз. Вечером этого же дня было написано стихотворение, построенное на ассоциациях, вызванных букетом и традицией. Подарок Дельмас попал в контекст эпического сюжета: розы ассоциируется с брошенной Кармен акацией и последующим развитием событий, поэтому подаренный букет вызывает чувство страха и естественные вопросы.

Розы – страшен мне цвет этих роз,
Это – рыжая ночь твоих кос?
Это – музыка тайных измен?
Это – сердце в плену у Кармен?

Вопросы помещены в контекст эпического сюжета, вне которого они непонятны. Толчком для их возникновения стала встреча с героиней. Вопросы – намек на возможное развитие событий; Блок вызывает известную волну ассоциаций, опорные моменты которой уже дал в предшествующих стихотворениях.

Три вопроса из стихотворения «Вербы – это весенняя таль...» по смыслу соотносятся с тремя цитатами из клавира. «Розы – страшен мне цвет этих роз, / Это – рыжая ночь твоих кос?» – Кармен бросает цветок и Хозе оказывается в ее власти, как предостережение, пророчество звучит цитата из четвертого стихотворения: *Ценою жизни / Ты мне заплатишь за любовь!*.

«Это – музыка тайных измен?» — *Уйдем, уйдем от жизни, / Уйдем от этой грустной жизни!*. Цитата из арии Хозе, которую он исполняет перед убийством. Причина трагического финала – измена Кармен.

«Это – сердце в плену у Кармен?» – *О, да, любовь вольна, как птица,*– цитата из девятого стихотворения. В ней смысл всей коллизии. Кармен изменяет и для нее это естественно, ведь «У любви, как у пташки, крылья». Хозе этого не приемлет, его сердце в плену, итог может быть только один – смерть.

Цитаты звучат от разных действующих лиц: в первый раз – от имени Кармен, вторая цитата принадлежит Хозе и третья – произносится от имени автора. Все цитаты обозначены курсивом и оформлены как прямая речь, кроме последней, поскольку она принадлежит автору. Получается своеобразное многоголосие: Блок объединяет разные взгляды, как разные составляющие букета. Цитаты из арий Кармен и Хозе, взятые вне текста, являются обращением друг к другу, образуя диалог:

– *Ценою жизни / Ты мне заплатишь за любовь!*

– *Уйдем, уйдем от жизни, / Уйдем от этой грустной жизни!*

К ним примыкает блоковский голос, *О, да, любовь вольна, как птица*. В названии хабанеры выражена та идея, которая сделала этот эпический сюжет вечным, порождая бесчисленное множество интерпретаций.

На три блоковских вопроса получено три ответа, связанных с традицией. Как известно, в лирике Блока есть такая тенденция: ответы на заданные вопросы кроются в последующих текстах. Три последующих заключительных текста – 8, 9, 10 стихотворения – новые ответы.

Розы – страшен мне цвет этих роз,
Спишь, змеею склубясь прихотливой,
Это – рыжая ночь твоих кос?
Спишь в дурмане и видишь во сне
Даль морскую и берег счастливый,
И мечту, недоступную мне.

Это – музыка тайных измен?
За бурей жизни, за тревогой,
За грустью всех измен, –
Пусть эта мысль предстанет строгой,
Простой и белой, как дорога,
Как дальний путь, Кармен!
Это – сердце в плену у Кармен?
Нет, никогда моей, и ты ничьей не будешь...

Блоковские ответы говорят о невозможности продолжения сюжета. Три заключительных текста – три ответа, три гимна, посвященные Кармен, в которых неизменно повторяется ее имя, и с каждым разом все сильнее увеличивается эмоциональное напряжение, разрешаясь в заключительной строке цикла, последнем словеимени – Кармен. Название хабанеры является авторской цитатой, блоковским голосом, добавленным в контекст предшествующей традиции, утверждающим основную мысль эпического сюжета: *О, да, любовь вольна, как птица,* и одновременно блоковский голос поворачивает вспять известную традицию. Как бы второй частью цитаты, завершающей ее, звучит последняя строка цикла: «Но я люблю тебя: я сам такой, *Кармен*». Основная идея эпического сюжета «разрешается экзистенциальной темой произведения, бросившей на него обратный свет» [9].

Блок строит произведение на столкновении старого и нового, взаимопроникновении двух сюжетов – эпического и лирического, которые то приближаются, то отдаляются друг от друга. В цикле Блока нет полемики: предшествующая традиция в художественном мире поэта перестраивается по установленным им законам и приобретает новое звучание. Блок использует традицию, чужой сюжет для того, чтобы открыть в «романе в стихах» очередную новую главу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блок А.А. Собр. соч.: В 8 т. / А.А. Блок. – М.; Л., 1960. – Т. 3. – С. 474.

2. Сапогов В.А. Сюжет в лирическом цикле / В.А. Сапогов // Сюжетосложение в русской литературе. – Даугавпилс, 1980. – С.94-96.

3. Эткинд Е.Г. «Кармен». Лирическая поэма как антироман / Е.Г. Эткинд // Там, внутри. О русской поэзии XX века. – СПб., 1995. – С. 79.

4. Блок А.А. Полн. собр. соч. и писем: В 20 т. Т. 1-5, 7 / А.А. Блок. – М., 1997-2003. –Т.3. – С. 149-156. Далее все тексты Блока цитируются по этому изданию.

5. Кожевникова Н.А. Словоупотребление в русской поэзии начале XX века / Н.А. Кожевникова. – М., 1986. – С. 194.

6. Мериме П. Собр. соч.: В 6т. / П. Мериме. – М.,1963.Т 2.– С.346.

7. Письма А.А. Блока к Л.А. Дельмас // Звезда. – 1970.– № 11. – С. 190.

8. Сильман Т.И. Заметки о лирике / Т.И. Сильман. – Л.О.: Советский писатель. 1977. – С. 31.

9. Гинзбург Л.Я. Частное и общее в лирическом стихотворении / Л.Я. Гинзбург // О старом и новом. – Л., 1982. – С. 29.

Рецензент – С.В. Савинков.
Статья принята к печати 14.02.2007

РЕЦЕНЗИЯ НА ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ РУССКОГО ЯЗЫКА КОНЦА XX ВЕКА. ЯЗЫКОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

© 2007 Ю.Т. Листрова-Правда, Ангсумалин Пачит

Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова

Реценция на Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения – главный редактор Г.Н.Скляревская – С-Пет.: Фолио-пресс, 1998 – 406 с.

В рецензируемом Словаре авторский коллектив ставил целью показать те изменения, которые произошли в русском языке за 12 лет (1985–1997) «на переломе общественной жизни, в период экономических, социальных, политических и психологических катаклизмов и были восприняты языковым сознанием носителей русского языка»(с. 5). В нем должны были найти свое место «в статической словарной статье динамические и интенсивные процессы: лавинообразное словообразование, неконтролируемый поток заимствований, вторжение жаргона в общий язык, новая жизнь слов, обозначающих наиболее актуальные понятия нашего времени, уход в пассив целых пластов лексики эпохи социализма» (с. 5).

Словарь создан на основе Электронной картотеки, составленной авторским коллективом специально для данного словаря и содержащей около 2 млн. словоупотреблений. Источниками выборки послужили материалы прессы 80–90 гг., новейшей художественной литературы (С. Довлатов, В. Кунин и др.), публицистики (А. Сахаров, Д. Волкогонов и др.), а также литературы прошлых лет, которая раньше была недоступна массовому читателю (Н. Бердяев, А. Солженицын и др.). Это позволило тематически отразить основные сферы жизни: политико-социальное устройство и идеологию (*авторитаризм, тоталитаризм*), новые экономические отношения (*бартер, рыночный бизнес-центр*), охранительную и репрессивную деятельность (*КГБ, кагэбэшник, отказник, рэкет, мафия*), мир православия и других религий (*всенощная, окормлять, таинство, кармический, йога, буддийский*), паранормальные явления (*полтергейст, НЛО, колдун, телекинез, астральное тело*), явления массовой культуры (*рок-клуб, шоу-бизнес, диск-жокей*), область медицины (*антиспидовский, СПИД, мануальный, хоспис, акупунктура*), быта (*киви, гамбугер, адидасы*). Помимо материалов Электронной картотеки использовались также материалы Большой картотеки словарного отдела Института лингвистических исследований РАН преимущественно для иллюстрирования лексики, уходящей из активного употребления.

Авторы представили в Словаре стихию разговорной ненормированной речи, в том числе жаргонизмы, широко использующиеся и в письменной речи (*тусовка, беспредел, чернуха, баксы, балдеж, раздрай, дедовщина, дерьмократия, прихватизация*).

Отличительной чертой рецензируемого словаря является дифференциация слов «по положению в языковом сознании современников»: особыми знаками в словаре выделяются слова абсолютной новизны, не зафиксированные «к настоящему моменту», т. е. к 1997 г., ни в одном словаре русского языка (*посткоммунистический, контактер*); слова относительной новизны, отмеченные в словарях последнего десятилетия, отличающиеся повышенной частотностью (*бартер, ваучер, бомж, имидж, инвалюта*), наименования «вернувшихся в жизнь нашего общества реалий (*губернатор, гимназия, гувернер*), слова высокой активности и семантических приращений, связанных с актуализацией обозначаемых ими понятий (*аренда, рынок, демократия, банк*), слова, которые в советский период стойко ассоциировались с жизнью капиталистических стран и имели соответствующие словарные характеристики», а теперь обозначающие реалии нашей действительности (*инфляция, коррупция, многопартийность, забастовка, безработица, бизнес, банкир*); обозначения возрожденных понятий духовной жизни и нравственности (*милостыня, благотворительность, праведник, святой, призрение*).

Однако надо отметить нечеткость границ между словами лексических групп, различающихся разной степенью новизны или устарелости, а также некоторую непоследовательность в харак-

теристике слов одной и той же группы. Так, на с. 505 слово *приватизация* характеризуется как возвращенное из пассива в актив, а на с. 9 оно же приводится в числе заимствованных слов, вошедших в русский язык в результате открытости современного общества для международных контактов. Слово *менеджер* на с. 383 характеризуется как возвращенное из пассива в актив, на с. 9 – как заимствование последних лет. Не со всеми характеристиками слов можно согласиться и в других случаях. Так, слово *аудитор* на с. 66 дается как абсолютно новое, однако справка из БАС-2 позволяет усомниться в этом, т. к. в дореволюционной России это слово употреблялось в двух значениях: 1) должность судебного следователя, 2) ученик духовной семинарии, назначенный учителем проверять знания своих товарищей.

«Как особая группа слов описываются (с соответствующим знаком) советизмы – ушедшие», как считают авторы словаря, «в пассив слова и словосочетания, обозначающие характерные понятия советского времени, идейные и политические штампы (*соцсоревнование, идейно-воспитательный, сеть партийной учебы, правофланговый, переходящее знамя, ленинская вахта*)»[1,6]. Однако нам представляется несколько поспешным относить к пассивному составу большую группу слов, например, *актив, дружинник , агитпункт, коллективизм, социал-демократ, социализм, общественник, пропагандист, самодеятельность* и многие другие, которые не потеряли своей актуальности и в настоящее время используются в СМИ, не говоря уже о речи старшего поколения россиян, членов КПРФ. Лишь некоторые из выделенных в рецензируемом словаре слов – «советизмов» имеют соответствующие указания в новейших толковых словарях русского языка на среду обитания, например, в Толковом словаре русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Швед, 2000, слово *партия* в одном из своих значений: в СССР Всесоюзная коммунистическая партия (большевиков), а затем Коммунистическая партия Советского союза; *советский* – 1) относящийся к стране Советов, 2) рожденный в СССР. Попытка выделить слова, обозначающие ранее в определенных контекстах и сочетаниях явления советской действительности, заслуживает внимания. Однако многие из этих слов все-таки пока не ушли в пассив, и для их выделения в Словаре нужен особый знак, который их не приравнивал бы к историзмам эпохи царизма.

В целом же нужно согласиться с авторами Словаря, что, «отражая наиболее подвижную часть словарного состава на уровне короткого временного отрезка, словарь служит дополнением к существующим толковым словарям русского языка и одновременно может быть воспринят как модель лексикографического описания языковой динамики» (с. 6).

Другой отличительной чертой рецензируемого словаря является характеристика и обобщение авторами словаря языковых изменений, произошедших в лексике русского языка за 12 лет, и рассмотрение их (во введении) с точки зрения источников и способов словообразования. Эти характеризующиеся новизной наблюдения могут быть использованы при дальнейшем изучении языковых изменений русского языка и стать предметом обсуждения лингвистами, изучающими русское словообразование на широком культурно-историческом фоне.

Авторы словаря отметили прежде всего лавинообразный характер словообразования, в результате чего «сформировались и быстро стали широко употребительными гнезда слов, отражающих наиболее актуальные понятия нашего времени: ***перестройка*** (*перестроечный, перестроечник, антиперестроечный, доперестроечный* и др.); ***рынок*** (*рыночник, антирыночник, антирыночный, дорыночный, нерыночный, квазирыночный* и др.)» (с. 8-9). Отмечается также активизация некоторых словообразовательных аффиксов: приставки ***раз- / рас-*** (*разбалансирование, разбюрократить, разгосударствление, раскулачивание, расчеловечение, расказачиванье*), ***де-*** (*декоммунизация, департийзация, десоветизация, дефедерализация, деполизатизация, деидеологизация*), новая волна аббревиации, при которой, как правило, аббревиатура также вступает в словообразовательный процесс, образуя целые ряды новых производных слов: ***ОМОН*** (*омоновец, омоновский*); ***БОМЖ*** (*бомжонок, бомжиха, бомжевать*).

Как проявление языковых инноваций нашего времени авторы отмечают также семантическое преобразование, протекающее сейчас «чрезвычайно интенсивно; стремительно расширяется также сочетаемость слов (*рыночный, рублевый* и др.), что приводит к быстрому образованию новых значений (*рыночная реформа, рыночные страны, рыночные стимулы производства, рыночная инфраструктура, рыночные условия, рыночные механизмы, рыночное мышление; рублевые средства, кредиты; рублевая прибыль; рублевый счет; рублевый бизнес; рублевая зона; рублевый бар, магазин; рублевое казино*)».

Отмечается также как результат интенсивной демократизации языка выход за пределы устной бытовой речи потока сниженной, жаргонной, а нередко и нецензурной лексики, которая «буквально затопила все жанры, требующие экспрессии: газетные и телевизионные репортажи, публицистические выступления, политические дебаты: *балдеж, беспредел, разборка, фанера, качать права, «вешать лапшу на уши»*. Эта лексика ранее крайне

осторожно допускалась в словари нормативной лексики; однако сейчас ее удельный вес в разных жанрах очень велик, нередко она полностью нейтрализуется, утрачивая экпрессию сниженности (как слово *беспредел*).

Нужно согласиться с авторами Словаря: Словарь опирается на традиции русской академической лексикографии; словарные статьи традиционно разрабатываются на обширном лексическом материале; используются разные типы и виды толкований, грамматических, стилистических и других квалификаций. При этом авторы создали Словарь, в котором сделана попытка описать «не статичное состояние лексической системы (или ее фрагмента), а ее динамику, те сложные, перекрещивающиеся и противоречивые процессы, которые происходят в настоящее время» (с. 10-11).

Авторы словаря считают, что русский язык последнего десятилетия XX в. «демонстрирует низкий уровень стабильности лексической системы» (с. 8). Недочеты словаря, которые отмечались выше, и поспешность в интерпретации так называемых советизмов также в определенной мере обусловлены новизной концепции словаря, в котором впервые описывается не статичное, а динамичное состояние русской лексической системы.

Рецензент — О.Н.Чарыкова.

Статья принята к печати 24.02.2007 г.

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ КАК КОГНИТИВНЫЙ ПРОЦЕСС

© 2007 А.В. Медведева

Воронежская государственная медицинская академия

Когнитивный аспект семантических изменений позволяет увидеть, что переносные значения слов показывают, как идет познание нового через уже известное, а также какие признаки берутся для осмысления нового. В литературе, так или иначе касающейся вопроса о семантических изменениях в рамках семантемы слова, отдельные авторы (Р. А. Будагов, Л. А. Булаховский, А. А. Реформатский и др.) называют перенос по функции в качестве одного из видов развития значения наряду с метафорой и метонимией. М. Блэк самым простым видом переноса считал экстенсивное расширение значения, полагая, что образование метафоры обязательно ведет к изменению значения исходного выражения. Он отмечал познавательные возможности метафоры и «связывание в ней двух идей», т. е. выделение в метафорическом выражении слов, употребляемых в прямом значении, и слов, используемых в переносном смысле, называя их «фокусом» метафоры [1, 156].

Образование новых значений слов имеет свои особенности применительно к разным частям речи. Так, у глагола наблюдаем десемантизацию как основной способ формирования переносного значения на базе основного номинативного. У существительного выделяются свои специфические способы, основными среди которых являются переносы по сходству и по функции. По словам Л. А. Булаховского, «изменения значения в обоих смыслах слова могут быть и относительно близкими к исходному, и далеко от него отходящими, настолько далеко, что только специальный научный анализ может убедительно обнаружить связь между тем, что слово (основа) когда-то значило и что оно значит теперь. Всякое переносное (фигуральное) употребление слова в связной речи уже собственно изменяет его значение, оставляя его, однако, близким к основному: *дождь стрел, пламя страсти, горячее желание*» [2, 56].

В настоящее время наметился очевидный подъем интереса исследователей в отношении семантических изменений, чем обусловлено большое количество работ на эту тему (Харитончик З. А., Падучева Е. В., Лагута О. Н., Ковалева Л. В., Прохорова. О. Н., Киселева С. В., Кезина С. В., Песина С. А., Розина Р. И., Анисимова А. Г., Фомина А. Г., Леонтьева Т. В. и др). Однако следует заметить, что одна из первых лингвистических классификаций семантических процессов принадлежит Г. Паулю. Он разграничил узуальное и окказиональное значение слова, определив, что расхождение этих значений каузирует изменения значений слов, таких как сужение и расширение значения, перенос значения на основании смежности в пространстве и времени, а также на основании причинно-следственных отношений (метонимия) [7].

Нас интересуют семантические процессы, происходящие в составе семантемы при образовании переносных значений слов. Как известно, новое осмысляется при помощи уже известных, хорошо знакомых явлений действительности. Одним из механизмов переноса наименования с одного денотата на другой в процессе образования коннотативных семем является языковая метафора. М. И. Черданцева понимает метафору как семантическую функцию языкового знака, его переносное употребление [8]. По мнению Л. В. Ковалевой «образование языковой метафоры на основе исходного денотативного выражения (Д1Д1) обязательно предполагает изменение его значения до нового переносного (коннотативного)» [3, 28]. Л. Е. Кругликова утверждает, что переносу наименования способствует образность – наличие у слова семантической двуплановости, возникающей в результате переноса наименований, т. е. совмещение двух представлений: исходного, которое называется образной основой или образом, и того, которое с ним сравнивается [4].

При создании метафоры и ее декодировании человек должен иметь достаточно хорошее представление об обоих соотносимых денотатах и владеть тем, что М. Блэк называет «системой общепринятых ассоциаций», а Л. В. Щерба – «наивными понятиями». Другими словами, метафорогенная

деятельность человека предполагает, с одной стороны, его полную социализацию, а с другой, – на основе уже имеющегося у него априорного «запаса» знаний, внешнее знакомство с необходимым количеством социальных и внесоциальных объектов, представление о которых, в отличие от научного знания, может содержать полуправду и даже ошибочные сведения [5, 121].

Мы занимаемся изучением видов семантических изменений в слове, опираясь на типологию сем, входящих в состав семантемы. Как известно, внутри семемы выделяются три основные вида сем, а именно архисемы (родовые интегральные семы), дифференциальные семы (более конкретные семы, отличающие значение слова от других противопоставленных ему значений) и скрытые семы или потенциальные (В. Г. Гак, Ю. Н. Караулов, И. В. Арнольд, З. Д. Попова, И. А. Стернин и др.).

Первый предмет по семеме Д1 воспринимается зрительно, но перенос на семему К1 по зрительному сходству может быть тогда, когда и второй предмет К1 виден, то есть воспринимается зрительно. Если второй предмет «не виден», он только мыслится, перенос идет по признаку, отвлеченному от образа Д1, это уже не зрительное восприятие, а мыслительная операция. Очевидно, что у одной лексемы возможны переносы из Д1 в К1 по разным основаниям.

В данной статье мы излагаем результаты наших наблюдений над так называемым «переносом по функции». Приводимые ниже примеры отражают развитие значения внутри класса многозначных существительных. Мы выясняли, совершается ли в этом случае перенос по функции на основе архисем, дифференциальных или скрытых компонентов значения. Выяснилось, что перенос по функции может совершаться по любому из видов сем.

Начнем с анализа примеров, отражающих перенос по функции на основе ***архисемы***.

Так, лексема ***дар*** по денотативной семеме Д1 обозначает подарок, приношение, пожертвование. *Принести что-нибудь в дар кому-нибудь. Получить в дар.* При переносе по архисеме «получение даром, бесплатно, без затрат со своей стороны» данная лексема приобретает переносное значение при описании способностей и талантов человека, данных ему свыше. *Литературный дар. Лишиться дара речи* (потерять способность говорить).

Лексема ***грызня*** по денотативной семеме Д1 обозначает взаимные укусы, драку между животными. При переносе по сходству ощущений данная лексема понимается презрительно как ожесточённый спор, ссора. *Мелочная грызня.*

Лексема ***инерция*** по денотативной семеме Д1 обозначает свойство тел сохранять состояние покоя или равномерного прямолинейного движения, пока какая-нибудь внешняя сила не изменит этого состояния. *Закон инерции.* В данной семантеме наблюдается сдвиг по архисеме «сохранение состояния покоя» и у лексемы появляется переносное значение бездеятельности, отсутствия инициативы, инертности. *Двигаться по инерции. Делать что-нибудь по инерции* (то есть по привычке, без сознательных усилий).

Лексема ***глашатай*** по денотативной семеме Д1 в старину именовала вестника, всенародно объявляющего, возвещающего что-нибудь. При переносе по архисеме с конкретного на абстрактное эта лексема приобретает значение ‘тот, кто провозглашает что-нибудь, провозвестник’, например, *глашатай истины.* Перенос на основе архисемы совершается по функции деятеля.

Лексема ***двигатель*** по денотативной семеме Д1 обозначает ‘машину, преобразующую энергию в механическую работу’. *Двигатель внутреннего сгорания.* При переносе по архисеме ‘то, что движет’ эта лексема приобретает значение ‘силы, содействующей росту, развитию в какой-нибудь области’. *Труд – двигатель прогресса.*

Лексема ***барьер,*** по основной семеме имеющая значение ‘преграды, поставленной на пути (при скачках, беге)’, приобретает переносное значение по функции препятствия «преграждение, препятствие для чего-нибудь». *Ведомственные барьеры.* Очевидно, сама архисема должна выражать значение функции, чтобы по ней мог произойти перенос значения от денотативного к коннотативному. Но таких примеров немного.

Чаще всего происходит перенос по ***дифференциальной семе***. Так, например, лексема ***запевала*** в качестве основного имеет значение певца, начинающего пение, подхватываемое хором. При переносе по дифференциальной семе ‘*тот, кто начинает*’ слово приобретает обобщенное значение начинателя, инициатора в каком-нибудь деле. *Запевалы весёлых затей.*

Лексема ***западня*** изначально именует ловушку для зверей и птиц. При переносе по функции причинения зла, боли, гибели обозначает намеренно созданные обстоятельства, ставящие кого-нибудь в тяжёлое, невыгодное положение. *Отряд попал в западню.* То же переносное значение имеет лексема ***ловушка*** – *Подстроить ловушку кому-нибудь.*

Лексема ***апостол*** изначально обозначала ученика Христа, несущего людям его учение (в христианстве). При переносе по функции деятеля – просветителя, носителя идеи – обозначает последователя и распространителя какой-нибудь идеи вообще. *Апостол науки. Апостол добра.* Лексема ***жрец*** в древних религиях обозначала служителя божества, совершающего жертвоприношения и другие обряды (семема Д1). При переносе по той же функции деятеля лексема ***жрец*** обозначает того, кто посвятил себя служению искусству, науке и пр. *Жрецы искусства.*

Лексема ***игрушка*** по денотативной первой семеме обозначает вещь, служащую для игры. На основе переноса по функции объекта игрового действия значение трансформируется в ‘тот, кто слепо действует по чужой воле, являясь послушным орудием чужой воли, внешних сил’. *Быть игрушкой в чьих-нибудь руках. Игрушка судьбы.*

Лексема ***арена*** по основной семеме обозначает большую круглую площадку посредине цирка, на которой даются представления. При переносе по функции места действия она приобретает значение ‘поприще, область деятельности в широком смысле’. *На литературной арене.* По этой же функции в семантеме лексемы ***житница*** происходит перенос с основного значения ‘амбар, помещение для хлеба, зерна’ на ‘хлебородная, богатая урожаями область, снабжающая другие местности’. *Зерновая житница страны.*

Лексема ***лекарство*** по основной денотативной семеме обозначает ‘природное или синтетическое лечебное средство’, а при переносе по функции исцеления получает новое значение ‘то, что помогает, выручает в любом случае’ *Лекарство от всех бед.* Лексема ***барометр*** по семеме Д1 обозначает ‘прибор для измерения атмосферного давления’, а при переносе по функции приобретает переносное значение ‘показателя каких-нибудь изменений, состояния чего-нибудь’. *Барометр общественного мнения.*

Лексема ***сигнал*** имеет основное значение ‘условного знака для передачи на расстояние каких-нибудь сведений, сообщений’, а при переносе по функции импульса к действию на основе дифференциальной семы ‘служить знаком’ получает значение ‘того, что служит толчком к началу какого-нибудь действия. *Статья послужила сигналом к дискуссии.*

Лексема ***магнетизм*** имеет основное значение ‘совокупность явлений, связанных с действием свойств магнита’, но при переносе по функции притяжения на основе дифференциальной семы ‘то, что притягивает к себе’ приобретает значение притягательной силы вообще. *Магнетизм слов, взгляда.*

Лексема ***мишень*** по семеме Д1 обозначает ‘предмет или изображение, служащие целью для учебной, тренировочной или спортивной стрельбы’, а при переносе по функции цели действия обозначает ‘то, кто (что) является целью каких-нибудь действий, нападок’. *Мишень для насмешек.*

Лексема ***иммунитет,*** имеющая прямое номинативное значение ‘невосприимчивость к какому-нибудь инфекционному заболеванию’, при переносе по функции устойчивости приобретает значение ‘устойчивая реакция против чего-нибудь’. *Выработать иммунитет против хамства.*

Лексема ***атака*** по денотативной семеме Д1 обозначает ‘стремительное наступательное движение войск’. *Фронтальная, фланговая атака. Пойти в атаку. Атака укреплений противника.* При переносе по сходству признаков поведения по дифференциальной семе у данной лексемы реализуется переносное значение ‘быстрого и решительного наступления’ (в споре, в работе, в игре). *Шахматная атака.*

Лексема ***скачок*** по денотативной семеме Д1 обозначает ‘быстрое движение прыжком’. *Скачок вверх.* При переносе по сходству ощущений по дифференциальной семе ‘быстро, резко’ эта лексема используется для номинации резкого изменения чего-нибудь. *Резкий скачок цен. Скачок температуры.*

Среди прочих выделяется перенос по функции на основе ***скрытой семы.*** Так, лексема ***семя*** по прямому номинативному значению именует орган размножения у растений, зерно, но при переносе по скрытой семе ‘иметь функцию начала, источника’ реализует переносное значение зародыша, источника чего-нибудь. *Семена раздора.*

Лексема ***жало*** по основной денотативной семеме Д1 имеет значение ‘колющая часть органа защиты и нападения у пчёл, ос, скорпионов’, эта лексема также является обиходным названием раздвоенного длинного языка у ядовитых змей. При переносе значения ***жало*** актуализирует скрытую сему ‘функция боли, то, что причиняет боль’. *Жало сатиры.*

Лексема ***бальзам*** по скрытой семе «полезный для излечивания человека» удаляется от своего первоначального значения ‘содержащееся в коре некоторых деревьев (реже – в листьях и древесине) густое ароматическое вещество, содержащее эфирные масла и растворённые в них смолы’, и приобретает, благодаря переносу по функции исцеления, значение любого целительного средства. *Эта радостная весть – бальзам для его души.*

Лексема ***балласт,*** прямое номинативное значение которого ‘груз для улучшения мореходных качеств судна, для регулирования высоты полёта аэростата’ демонстрирует семантический сдвиг по функции обременения, создания психологического и физического дискомфорта на основе скрытой семы ‘тяжесть, предназначенная для сброса» обозначает «то, что излишне отягощает, обременяет кого/что-нибудь’. *Балласт устарелых взглядов.*

Лексема ***скоморох*** в Древней Руси – наименование певца-музыканта, бродячего комедианта, острослова и акробата. При переносе по функции деятеля была актуализирована скрытая сема ‘несерьёзный человек, потешающий других своими шутовскими выходками’, чаще всего употребляемая неодобрительно.

Лексема ***болото*** по основному денотативному значению ‘избыточно увлажнённый участок земли со стоячей водой и зыбкой поверхностью, заросший влаголюбивыми растениями’ при переносе по скрытой семе ‘то, что засасывает, не дает двигаться с мес-

та' реализует переносное значение 'общественная среда, находящаяся в состоянии застоя, косности'. *Болото обывательщины.*

Лексема ***заповедь*** свое прямое номинативное значение 'религиозно-нравственное предписание' посредством переноса по функции регулирования, управления преобразует в переносное – 'правило, положение, служащее руководящим указанием для кого/чего-нибудь'.

Лексема ***симфония*** по денотативной семеме Д1 обозначает 'большое (обычно из четырёх частей) музыкальное произведение для оркестра'. При переносе по скрытой семе 'гармоничное соединение' у данной лексемы появляется коннотативное значение гармонического соединения, сочетания чего-нибудь. *Симфония цветов. Симфония красок. Симфония звуков.*

Лексема ***лопух*** по денотативной семеме Д1 обозначает 'репейник, а также широкий лист его'. При переносе по сходству признаков и внешнего вида (формы) по скрытым семам 'отсутствие разума' и 'уши развесил' данная лексема употребляется в отношении глупого человека, простака. *Ну и лопух же ты!*

Лексема ***бревно*** по денотативной семеме Д1 обозначает 'очищенный от веток и без верхушки ствол срубленного большого дерева или часть такого ствола'. *Сруб из брёвен.* При переносе по сходству внешнего вида и формы данная лексема употребляется в выражениях типа *Ноги как брёвна* (толстые или отёкшие). При переносе на основании сходства оценки восприятия умственных способностей по скрытой семе 'отсутствие разума' данная лексема употребляется в отношении тупого, неотесанного человека. *Бревно ты этакое!*

Таким образом, так называемый «перенос по функции» не является однородным по своей сути. Он может совершаться по архисемам, чаще по дифференциальной и скрытой семам. Например, функция *деятель* может быть представлена и архисемой (***глашатай***), и дифференциальной семой (***апостол***), и скрытой семой (***скоморох***). Следует заметить, что перенос по скрытым семам обнаружить непросто, но он, на наш взгляд, наиболее интересен, так как в нем можно увидеть глубокую национальную специфику.

Наш материал позволяет сделать вывод о том, что перенос по сходству функций не является отдельным видом семантических изменений, а представляет собой лишь один из видов переносов по сходству, то есть метафоры. Сам процесс, который принято называть «переносом по функции», осуществляется по любому из видов сем. Сам же признак «функция» – лишь один из концептуальных признаков, участвующих в метафорическом развитии семантем, таких как признаки формы, размера, цвета, запаха и др.

Метафору характеризует системность: она не возникает и не существует изолированно. Мы разделяем мнение, высказанное Дж. Лакоффом и М. Джонсоном о том, что в повседневной деятельности мы чаще всего думаем и действуем более или менее автоматически, в соответствии с определенными схемами, природа которых чрезвычайно сложна, и одним из способов их выявления становится изучение естественного языка [6].

Национальное сознание является отражением концептосферы народа, и сопоставительное изучение концептов рассматривается как метод моделирования национальной языковой картины мира.

Семантический анализ лексики, а также последовательное сравнительное исследование интересующих нас концептов в разных языках является одним из способов проникнуть в семантическое пространство языка. Сопоставление устройства семантических пространств разных языков позволяет увидеть общечеловеческие закономерности восприятия окружающего мира и национальную специфику образования и функционирования культурных концептов языка, определяющих характерные особенности национальной картины мира и когнитивного сознания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блэк М. Метафора / М. Блэк // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 153-172.

2. Булаховский Л. А. Введение в языкознание, ч. II / Л. А. Булаховский. – М., 1953. – 178 с.

3. Ковалева Л. В. Фразеологизация как когнитивный процесс / Л. В. Ковалева. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. – 184 с.

4. Кругликова Л. Е. Структура лексического и фразеологического значения / Л. Е. Кругликова. – М., 1988. – 183 с.

5. Лагута О. Н. Метафорическое «мировидение» русскоговорящих (ассоциативно-когнитивный поход) / О. Н. Лагута // Мир человека и мир языка: Коллективная монография/ Отв. ред. М. В. Пименова. – Кемерово: ИПК «Графика». – С. 120-166. – (Серия «Концептуальные исследования». Вып. 2).

6. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 387-415.

7. Пауль Г. Принципы истории языка / Г. Пауль. – М., Иностр. лит., 1960. – 500 с.

8. Черданцева Т. З. К проблеме вторичных значений слов /

Черданцева Т. З. // Современные проблемы по романистике. – Калинин, 1978. – Ч. 2.

Рецензент — З.Д.Попова.

Статья принята к печати 16.11.2006 г.

СВОЕОБРАЗИЕ ИДИОСТИЛЯ П.А. ВЯЗЕМСКОГО

© 2007 О.И. Митрофанова

Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина

В последние годы широко исследуется идиостиль писателя (поэта). Н.С. Болотнова многообразие подходов в изучении идиостиля предлагает условно группировать в трех направлениях:

1) с ориентацией на отдельные элементы художественной системы писателя, прежде всего на рассмотрение языковых средств (чаще лексических) с последовательным «укрупнением» единиц анализа и постепенным усилением внимания к языковым структурам;

2) анализ различных структурных и смысловых форм организации языкового материала (прежде всего лексического) в замкнутом целом с попыткой выявить характер их соотнесенности на уровне стилистического узуса или идиостиля;

3) на основе моделирования «возможных миров» разных авторов, когда выявляются «доминантные личностные смыслы», изучаются отдельные концепты и формы их репрезентации, семантические, ассоциативные и лингвокультурологические поля, система концептов – доминант.

Понятие «индивидуального стиля» и «языковой личности» в лингвистике XX столетия связывают, прежде всего, с именем В.В.Виноградова, который так формулирует понятие индивидуального стиля писателя: «Это система индивидуально-эстетического использования свойственных данному периоду развития художественной литературы средств художественно-словесного выражения, а также система эстетически-творческого подбора, осмысления и расположения различных речевых элементов» [Виноградов 1980:167]. В то же время нельзя не отметить работы Ю.Н. Тынянова, М.М. Бахтина, В.М. Жирмунского, в которых отражены идеи целостного описания творческой языковой личности.

По В.П. Григорьеву (1986), описание идиостиля должно быть устремлено к выявлению глубинной семантической и категориальной связности его элементов, воплощающих в языке творческий путь поэта, к сущности его явной и неявной рефлексии над языком. Объединяющую все описание характеристику языковой личности поэта В.П. Григорьев называет «образом автора идиостиля» по естественной аналогии с идеями В.В. Виноградова и М.М. Бахтина.

Поэтический идиостиль, исследуемый в области когнитивной лингвистики, представляется нами как совокупность ментальных и языковых структур художественного мира писателя (поэта). «Постулат о примате когнитивного» (А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский) предопределяет рассмотрение идиостиля в направлении от ментальных феноменов к способам их вербализации, от единиц концептуальной системы автора к их языковому воплощению.

Интересным, на наш взгляд, представляется обращение к творчеству П.А. Вяземского, незаслуженно забытому и мало изученному. В русской литературе не было другого человека с такой сложной судьбой. Крупный поэт, пятидесятилетний юбилей литературной деятельности которого отмечался Академией наук, живой классик не имел ни одной изданной книги своих стихов, в то время как многие его современники, менее значимые по таланту, при жизни издавали многотомные собрания сочинений. Первый сборник стихов П.А. Вяземского «В дороге и дома» был издан, когда автору исполнилось семьдесят лет.

Еще до появления в литературе имени А.С. Пушкина П.А. Вяземский пользовался авторитетом и был широко известен. «Находясь в самом центре литературной жизни, он одновременно наблюдал за ней как бы сбоку, не делая литературу своей профессией. Его поэтическая судьба не знала пауз, но наряду со взлетами, она нередко «провисала», как, например, в начале 20-х или середине 40-х годов» [Бондаренко 2004: 93]. В конце 50-х годов он воспринимался как обломок ушедшей эпохи, а в последующие пять-шесть десятилетий на его творчество почти не обращали внимания. В советское время о П.А. Вяземском стали говорить уже как о «поэте пушкинской

поры», чаще рассматривали его биографию как дополнение к А.С. Пушкину, но не творчество.

Полное собрание сочинений, единственное до сегодняшних дней, было издано в период с 1878 по 1896 годы, т.е. уже после смерти автора. Несмотря на масштабность, двенадцать монументальных томов большого формата по 400-500 страниц каждый, оно является далеко не полным. Сюда не вошла переписка поэта, значительная часть которой носила явно литературный характер и предназначалась для широкого круга читателей. Кроме того, некоторые стихотворения так и не были напечатаны или были сокращены по цензурным соображениям. Что-то убирала цензура, как, например, дневниковые записи, связанные с восстанием декабристов, а что-то не разрешал печатать сын князя Павел Петрович Вяземский: то, «что могло как-то скомпрометировать отца». Немного восполнил этот пробел граф С.Д. Шереметев, муж внучки поэта, который с 1899 года по 1913 издал пять томов «Остафьевского архива князей Вяземских», куда вошла почти вся переписка П.А. Вяземского с А.И. Тургеневым и небольшая часть переписки с женой, а также все письма, где хоть как-то упоминается А.С. Пушкин. В 1929 году вышла в свет «Старая записная книжка», в 1935году – «Избранные стихотворения»; в 1963 году – «Стихотворения. Записные книжки» (1813-1848). Не было специальной литературы и о самом поэте, за исключением книги М.И. Гиллельсона «П.А. Вяземский. Жизнь и творчество», изданной в 1969 году.

Заслуживают внимания слова Ю.М. Лотмана, произнесенные на конференции, посвященной 200-летию со дня рождения П.А. Вяземского (статья «Аутсайдер пушкинской эпохи» представляет собой текст доклада Ю.М. Лотмана, зачитанный на конференции А.В. Горевой): «Вяземский вошел в русскую литературу как образ Жака из шекспировской комедии, того, кто всегда стоит по ту стороны черты, которому ни современники, ни историки не могут найти однозначного места и который поэтому то поднимается на щит, как один из ведущих выразителей эпохи, то безнадежно забывается, чтобы через некоторое время быть «открытым» снова. Сейчас мы приближаемся ко времени «нового» открытия Вяземского. Какие из граней сложного литературного его существования будут высвечены новой эпохой, сейчас трудно сказать, но событие это приближается» [Лотман 1996: 510].

Это время, о котором говорил Ю.М. Лотман, начало свой отсчет с начала 1980 годов. В 1982 году в двух томах изданы «Избранные сочинения» поэта, затем еще два сборника стихотворений (1986, 1988), дважды переиздается «Старая записная книжка», выходит книга «Вяземский П.А. Эстетика и литературная критика» (1984). Появляется новая литература о жизни и творчестве поэта: Акульшин П.В. (2001); Бондаренко В.В. (2000); Ивинский Д.П. (1994); Квятковская Н.Б. (1990); Новиков В.И. (1991); Перельмутер В.Г. (1993). Наконец, старейшая российская книжная серия «Жизнь замечательных людей» дает «первое полное жизнеописание поэта, основанное на материалах архива».

П.А. Вяземский писал сатирические произведения и элегии, дружеские послания и глубоко философские стихотворения, любовную и пейзажную лирику. В каждом из этих жанров можно назвать что-то не очень удачным, а что-то отнести к шедеврам литературы. Но, говоря о П.А. Вяземском как о поэте, не следует особо выделять что-то одно, так как «упростить Вяземского, сведя его к Вяземскому - сатирику или «позднему» Вяземскому – философу, - значит обеднить большого и сложного поэта» [Бондаренко 2024: 95].

Писательская индивидуальность П.А.Вяземского, истоки его поэтики и стилистики, как отмечает М.И. Гиллельсон, «коренятся в литературе XVIII века, и в первую очередь в том ее направлении, которое непосредственно связано с именем Вольтера, с культурой разума» [Гиллельсон 1969: 260]. Не случайно успех П.А. Вяземскому как поэту принесли язвительные эпиграммы – жанр, особенно популярный во Франции в XVIII веке. Эпиграммы создали П.А. Вяземскому репутацию остроумнейшего русского писателя, «присяжного сатирика», «министра полиции» русской поэзии. Эта репутация закрепилась за ним на несколько десятилетий. «Будь мне наставником в насмешливой науке...», - просил Вяземского Пушкин в 1821 году, и это значило, что авторитет князя как «язвительного поэта, остряка замысловатого» для него непререкаем. К сатирической поэзии относится и жанр ноэля, который пришел в русскую поэзию из Франции. В России в XIX веке ноэли писали только П.А. Вяземский и А.С. Пушкин. Сатирические произведения П.А. Вяземского часто ядовиты, язвительны, всегда смешны, но, построенные на бытовой и разговорной лексике, они не были грубыми, оскорбительными или пошлыми.

Говоря об идиостиле П.А. Вяземского, следует отметить тот факт, что с детства поэт рос в окружении известных в литературном мире людей. Но нельзя сказать, что литературное окружение П.А. Вяземского сформировало его как поэта определенной художественной школы. Скорее наоборот. П.А. Вяземский стал оппозиционером целому направлению в литературе, которое прочно связано с именем Н.М. Карамзина. «Аутсайдером пушкинской эпохи» назвал П.А. Вяземского Ю.М. Лотман в одноименной статье (1996). По-

эзия П.А. Вяземского не укладывалась в рамки стилистики Н.М. Карамзина, того, что Л.Я. Гинзбург называла «школой гармонической точности». Современники П.А. Вяземского с позиции «школы гармонической точности» критиковали поэта за имевшие место в его стихах грамматические ошибки, «неточное словоупотребление, повышенную метафоричность и некоторые другие «оплошности». Однако, с точки зрения П.А. Вяземского, это не было «оплошностью», это была его позиция, его отношение к стиху в целом и к слову в стихе. На это указывают Ю.М. Лотман и М.И. Гиллельсон. «...Вяземский отстаивал свое право на орфографические ошибки как на выражение своей личности в тексте» [Лотман 1996: 80]. Как отмечает М.И. Гиллельсон, П.А. Вяземский и, что показательно, вместе с ним и А.С. Пушкин выступали не против школы Н.М. Карамзина, сторонники которой ратовали за «увековечение стиля Карамзина». А.С. Пушкин и П.А. Вяземский выступали лишь против «тех пуристов, которые пытались использовать грамматику как несокрушимый заслон против языкового экспериментирования». Свою позицию они мотивировали «правом на языковые вольности», стремлением «к синтаксической лаконичности, простоте слога» [Гиллельсон 1969: 52]. Главный недостаток процветавшего в то время романтического искусства П.А. Вяземский усматривал в том, что оно было чуждо простоты. Он порицал романтиков за пристрастие к исключительным сюжетам, за стремление брать образцом для своих произведений не типическое, а из ряда вон выходящее, экзотическое. Отличительную черту творчества П.А. Вяземского М.И. Гиллельсон характеризует следующим образом: «Он (П.А. Вяземский) – поэт мысли, ради мысли и ее оттенков он готов жертвовать гармонией и гладкостью стиха, ради точности и афористичности мысли готов утяжелить стих» [260].

Уже к 1815 году сложился стиль раннего П.А. Вяземского, слог, столь же своеобразный, как и его создатель; сильный, выразительный, он поражал современников какой-то необычайной духовной напряженностью («Вольтерова острота и сила», - отзывался о нем Александр Воейков) и в то же время легкостью («живой остроумной девчонкой» назвал музу Вяземского Константин Батюшков). Поэзия П.А. Вяземского «далека от автобиографичности, несладкозвучна, зачастую тяжела для восприятия, пестрит почти прозаическими, словно вырезанными из железа труднопроизносимыми строками и отступлениями от правил синтаксиса – но вся искрится умом и иронией. Это поэзия мощная, остроумная, дерзкая, суховатая, словно натура отца, Андрея Ивановича, проглянула в творчестве сына» [Бондаренко 2004: 96-97]. Сам П.А. Вяземский свое отношение к поэзии, к слову определил в «Автобиографическом введении»: «Странное дело: очень люблю и высоко ценю певучесть чужих стихов, а сам в своих стихах нисколько не гонюсь за этою певучестью. Никогда не пожертвую звуку мыслью моею. В стихе моем хочу сказать то, что сказать хочу: о ушах ближнего не забочусь и не помышляю... Мое упрямство, мое насильствование придают иногда стихам моим прозаическую вялость, иногда вычурность... В стихах моих я нередко умствую и умничаю. Между тем полагаю, что если есть и должна быть поэзия звуков и красок, то может быть и поэзия мысли» [194-195].

В том же «Автобиографическом введении», написанном в 1877 году, П.А. Вяземский отмечает тот факт, что после выхода в свет его книги «Биография фон-Визина» о нем как о поэте и писателе «...молчали. Один Гоголь открыто подал голос за меня» [204]. На наш взгляд, высказывание Н.В. Гоголя как нельзя точно и полно характеризует поэтическую индивидуальность П.А. Вяземского. «В князе Вяземском - противоположность Языкову. Сколько в том поражает нищета мыслей, столько в этом обилие их. Стих употреблен у него как первое попавшееся орудие: никакой наружной отделки его, никакого также сосредоточения и округления мысли, затем чтобы выставить ее читателю, как драгоценность. Он не художник и не заботится обо всем этом. Его стихотворения – импровизация, хотя для таких импровизаций нужно иметь слишком много всяких даров и слишком приготовленную голову. В нем собралось обилие необыкновенное всех качеств: наглядка, наблюдательность, неожиданность выводов, чувство, ум, остроумие, веселость и даже грусть; каждое стихотворение его – пестрый фараон всего вместе. Он не поэт по образованию: судьба, наделивши его всеми дарами, дала ему как бы в придачу талант поэта, затем чтобы составить из него что-то полное. ... В них (в стихах) заметно отсутствие внутреннего гармонического согласования в частях, слышен разлад: слово не сочеталось со словом, стих со стихом, возле крепкого и твердого стиха, какого нет ни у одного поэта, помещается другой, ничем на него не похожий; то вдруг защемит он чем-то вырванным живьем из самого сердца, то вдруг оттолкнет от себя звуком, почти чуждым сердцу; слышна несобранность в себя, неполная жизнь своими силами; слышится на дне всего что-то придавленное и угнетенное» [Вяземский 1998: 204-205].

Говоря о своеобразии идиостиля П.А. Вяземского, следует отметить, что в ряде его стихотворений мы наблюдаем процесс трансформации традиционных жанров поэзии: совмещение высокого стиля одической поэзии с элегичес-

кой поэтикой. Так, например, в стихотворении «Русский пленник в стенах Парижа» монолог пленника в соответствии с жанром оды восхваляет воинов – победителей и пронизан патриотическим духом: «О, воины Москвы и чести! Пройдите дальнія поля! Потухнетъ огнь священной мести Съ позоромъ древняго Кремля!» Повторяющееся несколько раз приведенное выше одическое повествование у П.А. Вяземского гармонично сочетается с элегическим описанием вечера:

Онъ пѣлъ, и берегъ молчаливый
Его протяжные отзывы
Изъ края въ край передавалъ,
И ропотъ волнъ имъ отвѣчалъ;
Туманъ, разлитый надъ рѣкою,
При свѣжемъ вѣткрѣ рѣдѣлъ,
И мѣсяцъ долгою струею
Въ волнахъ трепещущихъ блѣднѣлъ!

Денница на небѣ свѣтлѣла,
И Сена тихая алѣла,
Небесъ рисуя яркій свод; ...

Некоторые исследователи творчества А.С. Пушкина и П.А. Вяземского (Д.П. Ивинский, М.И. Гиллельсон) отмечают близость, перекличку стихотворения П.А. Вяземского с «Воспоминанием в Царском Селе» А.С. Пушкина. У П.А. Вяземского – ропот волн; туман, разлитый над рекою; при свежем ветерке; месяц бледнел. У А.С. Пушкина – в седом тумане дальний лес; чуть слышится ручей; чуть дышит ветерок; тихая луна. Как в одном, так и в другом стихотворении мы наблюдаем противопоставление Москвы Парижу, увязанное мотивом мести: в кровавой битве жажда мести – сердца их мщеньем зажжены. Общим для двух поэтов является также сам прием совмещения высокого стиля одической поэзии с элегической поэтикой, но нет оснований говорить о каких-либо заимствованиях или влияниях одного стихотворения на другое. Каждое из них подчеркивает индивидуальность автора. И хотя оба стихотворения были написаны примерно в одно и то же время, в отличие от А.С. Пушкина, который опирался в своем творчестве на литературные источники, П.А. Вяземский был непосредственным участником войны 1812 года и, в частности, Бородинской битвы. Следует отметить, несмотря на то, что военные победы были традиционной темой русской поэзии, П.А. Вяземский крайне редко обращался к ним («Русский плэнникъ въ стэнахъ Парижа», «Въ Севастополэ», «Пэснь русскаго ратника»). А, например, подавление восстания в Польше, которое воспел В.А Жуковский, он вообще не считал событием, достойным быть предметом поэзии. В «Записных книжках» он писал: «Зачем перекладывать в стихи то, что очень кстати в политической газете... Политике нужны палачи, но разве вы будете их петь... Это дело весьма важное в государственном отношении, но тут ни на грош поэзии» [212-213].

Таким образом, не отвергая в принципе право поэзии воспевать русское оружие, П.А. Вяземский резко осуждал одическую традицию, прославляющую государственную силу как таковую. В этом сказалась его гражданская позиция, его реакция на разгром декабрьского восстания в России, о чем писал Ю.М. Лотман: «Вяземский летом 1826 года считал, что у власти находятся «молокососные кровопийцы» и «подлые тигры», «мнимая Россия», «Россия-самозванец» ниспровержение которой – цель настоящей России» [Лотман 1997: 516].

Совмещение одического и элегического жанров характерно и для стихотворения «Негодование», которое перекликается с одой А.С. Пушкина «Вольность». Стихотворение П.А. Вяземского, как и подобает данному жанру, насыщено величественными и грозными архаизмами. Как и в предыдущем случае, мы наблюдаем процесс трансформации традиционных жанров поэзии. Однако, говоря об индивидуальности поэтического стиля, следует отметить, что если А.С. Пушкин вводил элементы элегии в оду, то П.А. Вяземский осложнял элегию «высоким стилем оды»: фиял волшебств разбил; дань истине угрюмой; сорвал с чела, наморщенного думой, бездушных радостей венок; свободных уст.

Для идиостиля П.А. Вяземского, по преимуществу поэта мысли, важным представлялось то, чтобы богатство лексического запаса языка, все его грамматические формы могли быть использованы в его поэзии. В этом направлении широкие возможности открывал александрийский стих. Именно поэтому П.А. Вяземский отдавал предпочтение этому размеру. В стихотворении, которое так и называется «Александрійскій стихъ» [XI: 31], он пишет: «Я признаюсь, люблю мой стихъ Александрійскій, Ложится хорошо въ него языкъ Россійскій...». Понимая, что с годами данный размер стал архаичен, встретить единомышленников было все трудней, поэт оставался верен себе. Позиция П.А. Вяземского как поэта изложена им в стихотворении «Литературная исповэдь» [XI:166], которое также написано александрийским стихом.

Въ угоду ли толпѣ? Изъ денегъ ли писать?
Все значитъ въ кабалу свободный умъ отдать.
И нѣтъ прискорбнѣй,
нѣтъ постыднѣй этой доли
Какъ мысль свою принесть
на прихоть чуждой воли!
Какъ выражать не то, что чувствуетъ душа, ...

Это была четко выраженная литературная позиция, обнаруживающая социальное одиночество

Вяземского, отсутствие у него творческого контакта с какой-либо литературной группировкой нового времени. Одним из лучших стихотворений поэта, написанных александрийским стихом, является «Первый снег», строку из которого А.С. Пушкин взял эпиграфом к первой главе «Евгения Онегина». «Много роскоши, гроздьями повисают эпитеты, подчеркнуто великолепная картина ... Зима у Вяземского получилась долгожданная, торжественная, веселая, сверкающая, даже конь у него не конь, а «красивый выходец кипящих табунов»; всюду хрусталь, серебро, блеск... И уж конечно, это именно русская зима, не стилизованная, не поддельная...» [Бондаренко 2004: 144].

Особым было отношение П.А. Вяземского и к рифме. В 1853году в стихотворении «Александрійскій стих» он утверждал:

Такъ, признаюсь,
мила мнѣ рифма-побрякушка,
Дѣтей до старости веселая игрушка.
Аукаться люблю я съ нею въ темноту,
Нечаянно ловить шалунью на лету
И по каймѣ стиховъ
и съ прихотью и съ блеском
Ткань украшать свою игривымъ арабеском.
Мнѣ бѣлые стихи – что дѣва-красота,
Которой не цвѣтут улыбкою уста.

Однако, есть стихотворения, которые написаны белым стихом, например, «Тропинка» [XI: 409], а в стихотворении «На прощанье» [XI: 219] белый стих сменяется рифмованным, что с точки зрения отношения к поэзии является явным нарушением единства. Но для П.А. Вяземского это не нарушение: для правильно выраженной мысли он соединяет в одном стихотворении рифмованный и нерифмованный пятистопный ямб: (Привычка мнѣ дана въ замѣну счастья. Знакомое мнѣ мѣсто – старый другъ, Съ которымъ я сроднился, свыкся чувствомъ, Которому я довѣряю тайны, Подъятыя изъ глубины души И недоступныя толпѣ нескромной. / Не всѣ-ль мы странники? Не всѣмъ ли намъ, Въ путь роковой идти все тѣмъ же слѣдомъ? Сегодня? Завтра? День тотъ намъ невѣдомъ; Но свыше онъ расчитанъ по часамъ).

В творчестве П.А. Вяземского можно выделить два периода. Началом отсчета второго периода стала безвременная, трагическая смерть А.С. Пушкина в 1837 году, а затем следовавшие из года в год потери родных и близких поэту людей. Именно с сороковых годов для П.А. Вяземского характерна поэзия воспоминаний с доминирующим мотивом необратимости прошлого, его несовместимости с измельчавшим настоящим. В эпиграммах и стихотворных памфлетах он обрушивается на все основные течения русской общественной мысли. «В современности он не приемлет никого и ничего, но, главное, ему чужд и антипатичен самый дух проходящей вокруг него литературной и политической борьбы, в которой столкновения партий и тенденций подчиняют себе личность, отменяя ее право на независимую позицию» [Зорин, Охотин 1988: 22]. Но самое глубокое чувство протеста, которое одушевляет позднюю поэзию П.А. Вяземского, вызывают у него фундаментальные законы бытия: жизнь с ее неизбежными утратами, старение, ожидание неизбежной смерти. Темы покорности воле Бога, верности памяти ушедших, мотивы душевной усталости и трагического одиночества пронзительно звучат в его стихах («Я пережил и многое и многих», «Все сверстники мои давно уж на покое», «Жизнь наша в старости изношенный халат» и другие). Здесь поэт обретает, наконец, свою тему, на которой его, как определил еще Гоголь, «тяжелый, влачащийся по земле стих» обретает небывалую выразительность. Без таких шедевров позднего Вяземского, как «Мне нужен воздух вольный и широкий», «Все сверстники мои уж на покое», «Свой катехизис сплошь прилежно изуча», «Цветок», невозможно уже ни одно собрание вершинных достижений русской лирики.

Лейтмотивом через все творчество поэта проходит религиозная тема. В советское время П.А. Вяземскому усиленно приписывали богоборческие настроения. Это произошло после того, когда В.С. Нечаева опубликовала пометки, которые в 1872 году П.А. Вяземский сделал на полях авторского экземпляра сборника «В дороге и дома» напротив религиозных стихотворений: «Все это глупо и пошло», «Все это ложь поэтическая», «Ложь и это». Как подтверждение, использовались стихотворения «Свой катехизис сплошь прилежно изуча...» и «Все сверстники мои давно уж на покое»: «..в его поэзии... отчетливо вырисовывается лицо старого безбожника» [Нечаева 1935: 42]. Однако первое из названных стихотворений есть не что иное, как скрытые цитаты из «Книги Иова»: «Он жизнь мою продлил, / Чтоб жизнь была мне в тягость» - перифраз Иова 7:20, а проклятия своему дню рождения – это примененная к реальности цитата из Иова 3:3. Получается, что Вяземский «боролся» с Провидением с помощью «божественного глагола». Мы разделяем точку зрения В.В. Бондаренко, который считает, что два случайных стихотворения «отнюдь не говорят о глубинном перевороте в душе поэта» [648]. В.В. Бондаренко также доказывает уязвимость выводов, сделанных В.С. Нечаевой и, вслед за ней, Л.Я. Гинзбург. Пометки П.А. Вяземского относятся только к двум стихотворениям: «Утешение» (1845) и «Молитве Ангелу-Хранителю» (1850), возле других («На церковное строение», «Любить, Молиться, Петь») - никаких пометок поэт не сделал. Далее В.В. Бондаренко подробно

останавливается на том, к каким именно строкам относятся пометки, и приходит к выводу, что «самые «религиозные» во всем стихотворении строки не вызвали со стороны автора никаких комментариев» [649].

Таким образом, религиозность П.А. Вяземского, как истинно русского человека, род которого своей генеалогией восходил к Рюриковичам, не вызывает у нас никакого сомнения. Главным подтверждением сказанному являются стихотворения поэта, которые В.В. Бондаренко назвал «жемчужинами русской православной лирики». Кроме названных выше стихотворений, это также «Одно сокровище», «Молись (М.А. Бартеневой)», «Сельская церковь», изящное переложение евсапостилария «Чертог Твой вижу, Спасе мой...» и многие другие. Теплым и глубоким христианским чувством проникнуты даже многие, на первый взгляд, «светские» стихи, такие, как «Александру Андреевичу Иванову» (Я видѣлъ древній Іорданъ Святой любви и страха полный, Въ его евангельскія волны, Купель крещенья христіанъ, Я погружался троекратно, Молясь, чтобъ и душа моя Отъ язвъ и пятенъ бытія Волной омылась благодатно), «Матери от детей» (И къ Промыслу любовь возносимъ Мы дѣтскимъ голосомъ своимъ, И о тебѣ Его мы просимъ, И за тебя благодаримъ), «Поздравить ли мне вас?» (...Кто немощи души молитвою врачуетъ, И, если душу жизнь обманомъ уязвитъ, Скорбя, безъ ропота свой тяжкій крестъ цѣлуетъ И плачетъ на землѣ, а на небо глядитъ) и т.д. В стихотворениях, объединенных религиозной тематикой, отражены особенности русской ментальности, так как именно религиозность и связанное с ней искание абсолютного добра есть «наиболее глубокая черта русского народа» (Н.О. Лосский, 1990).

П.А. Вяземский, наряду с А.С. Пушкиным, является создателем реалистического пейзажа (М. Эпштейн). Но если у А.С. Пушкина переход от романтизма к реализму происходит около 1825 года, то у П.А. Вяземского интерес к обыденному, типическому в природе, поэтизация ее непоэтических сторон, «включая ухабы, распутицу, грязь, голые ветви деревьев, унылый осенний ветер», наблюдается в более ранних стихах («Вечер на Волге» - 1816; «Первый снег» - 1819). В создании реалистического пейзажа П.А. Вяземский порой приближается к пародии, карикатуре («Зимние карикатуры»), а порой эта же бедная, однообразная природа раскрывается им в элегически-задушевной тональности («Еще тройка»).

М. Эпштейн отмечает принципиальную новизну пейзажных стихов П.А. Вяземского, которая состоит в том, что большинство из них не статичны и передают движение лирического субъекта. «Путешествие» становится у поэта главным жанром пейзажной лирики, а *дорога* – ведущим мотивом, обрастающим многими национально характерными образами (*тройка, верстовые столбы, однозвучный колокольчик*). Стихотворения, которые можно объединить в данную группу, были написаны в разные годы: «Тройка» (1834), «Вотъ мчится тройка удалая» (1854), «Тройка» (1866) и т.д.

П.А. Вяземский впервые сознательно поставил перед своей поэзией задачу быть национальной в выборе тем и мотивов, что выразилось, в частности, в преобладании зимних пейзажей. Первым в поэзии он определил круг самобытно-русских ассоциаций, связанных со снегом, санной ездой, с березой и с рябиной. П.А. Вяземский ввел в поэзию мотив «встреча с родиной на чужбине»:

Тобой, красивая рябина,
Тобой, наш Русскій виноградъ,
Меня потѣшила чужбина,
И я землячкѣ милой рад.
... И предо мною – Русь родная;
Знакомый прудъ, знакомый домъ..
[XI: 154].

В стихах П.А. Вяземского на основе постепенно сменяющихся дорожных впечатлений начинают органично сочетаться отечественные и западноевропейские пейзажи: «Забывъ и озера картину, И снѣжный пояс темных горъ, Въ тебя, родную мнѣ рябину, Впился мой ненасытный взоръ» («Рябина», 1854).

Но все-таки главной, отличительной чертой идиостиля П.А. Вяземского, на наш взгляд, является то, что в своих стихотворениях он предстает перед нами как талантливый стилизатор. Для большинства его стихов характерно умелое использование различных пластов лексики, а особенно той ее части, которая воссоздает быт. Об этом также пишет Ю.М. Лотман в статье, посвященной 200-летию со дня рождения поэта. Анализ в статье одного стихотворения «Ухабъ»[III:154] позволяет сделать определенные выводы о художественном мастерстве поэта. «Мир дорожных впечатлений становится под пером Вяземского особым метафорическим языком, с помощью которого поэт повествует о себе самом. Лирика обретает новый язык. Это позволяет ей сбросить превратившуюся уже в тяготящие штампы стилистику карамзинизма и обрести новую систему языка. В этих условиях иронический взгляд поэзии на самое себя... воспринимался читателем, как струя свежего воздуха. Бытовой образ жизни... вдруг превращался в целый водопад образов, складывавшихся в совершенно новый художественный мир». Смелые эксперименты П.А. Вяземского, по словам Ю.М. Лотмана, предсказывали поэтическое новаторство в последующей литературе. Образная структура стихотворений

у П.А. Вяземского строится на противоречиях, несовместимость которых активизирует весь смысловой ряд. Непоэтическая бытовая реальность обновляется переводом на принципиально другой язык. «Не сатирические образы создают язык для раскрытия сущности бытовой реальности, а сама эта бытовая реальность превращается в язык, на котором строится общественная сатира. Это порождает эффект обновления сатирических стандартов. Вяземский был великим обновителем литературного языка» [Лотман 1996: 508].

Проблема литературы для П.А. Вяземского всегда была неотделима от проблемы языка. Его внимание приковано к стихии устной речи: бытовое острословие, каламбуры, языковые курьезы для поэта были не менее функционально значимы и эстетически ценны, чем книжный слог. Сам П.А. Вяземский, работая над «Старой записной книжкой», писал: «Наш язык, как земля наша, богат сырыми материалами - ... тяжеловесными, громоздкими. Все у нас сырье. Язык наш ветхозаветный, а не новозаветный. Он тянется на долгих и на колесах, а не мчится по рельсам и на парах. У нас нет разговорного, драматического языка. Едва ли есть и повествовательный. Одно между прочим: у нас почти нет синонимов, следовательно, нет оттенков для выражения мысли и чувства. Везде выходит китайская колоризация, иногда свежая и яркая, но вообще аляповатая, грубая» [32]. П.А. Вяземский постоянно использовал элементы устной языковой стихии в своих литературных конструкциях. Причем если романтическое направление в литературе требовало от писателя использования фразеологизмов с минимальными изменениями, как формальными, так и содержательными, то П.А. Вяземским этот принцип почти всегда нарушался. Он расширял устойчивые сочетания, наполнял традиционные формулы новым смысловым звучанием. Так, например, устойчивое сочетание *кривить душой* – у П.А. Вяземского: *вдвойне кривнул душой, кривнул душой*; пословица *взялся за гуж – не говори, что не дюж – Возьмется-ль за гуж волей цепкой,- Не скажет он вам, что не дюж.* Иногда устойчивые сочетания вынесены в заглавие стихотворений: «В шляпе дело» [III: 352], «Пиши пропало» [III: 373], «Семь пятниц на неделе» [III: 410], «У страха глаза велики» [XI: 292] и т.д.

Таким образом, поэтическая фразеология в стихотворениях П.А. Вяземского не только сохраняет черты традиционной образности, но и явно выходит за пределы языка, расширяя ее семантику, что обнаруживает особенности идиостиля поэта и его новаторство в литературе. Отсюда в поэтическом словаре П.А. Вяземского преобладающими являются пласты разговорного стиля. Причем, автор это делает поистине талантливо, органично вводя в книжный стиль элементы разговорного стиля. Например, в стихотворении «Царскосельскій садъ зимою» [XI: 391] в торжественном описании зимнего пейзажа – *Съ златою рамой зеркала, Надъ землей сребристо-бѣлой, И озеро съ волной зерцальной* и т.д. – появляются *Нашъ доморощенный морозъ; Зимѣ, зазнобушкѣ своей*. Из 793 стихотворений, которые вошли в полное собрание сочинений поэта, более чем 500 (примерно 66%) построены на использовании бытовой лексики. Следует отметить, что предметы домашнего обихода порой выносятся в названия стихотворений. Так, в 1839 году, находясь в Германии, поэт пишет стихотворение «Самоваръ» [IV: 225], где самовар является своего рода символом не только дома, но и Родины. Как эпиграф поэт использует слова М.Р. Державина: «Отечества и дымъ нам сладокъ и пріятенъ». В самом стихотворении мы встречаем слова и выражения, которые ассоциируются в русском сознании с понятиями «дом», «Россия»: *Хлѣбъ-соль*; *хлебосольно*; *любовь семьи*; *преданья... Русской старины*; *кипучій самоваръ, домашній запѣвало*; пословицей «За словом в карман не полезет», трансформированной П.А. Вяземским в «*за словомъ въ карманъ насильно не ходи*», и т.д. Два стихотворения, написанные в разные годы, называются «Прощаніе с халатом» [Ш: 150] и «Жизнь наша въ старости – изношенный халатъ» [XII: 549], а в 1867 году – стихотворение «Калоша» [XII: 321].

В 1874 году в «Автобиографическом введении», которое П.А. Вяземский писал для предложенного издать С.Д. Шереметевым собрания сочинений, поэт объяснял, почему за его долгую жизнь это собрание оказалось первым: «На вызов издать написанное мною и разбросанное по журналам отвечал я: «теперь поздно и рано». *Поздно* – потому, что железо остыло, а должно ковать железо, пока оно горячо, то есть пока участие читателей еще живо и сочувственно, пока не развлеклось оно новыми именами, новыми приемами. *Рано* – потому, что не настала еще пора, когда старое так состарится, что может показаться новым и молодым... Слова: прошедшее, настоящее, будущее имеют значение условное и переносное. Всякое настоящее было когда-то будущим, и это будущее обратиться в прошедшее. Иное старое может оставаться в стороне и в забвении, но тут нет доказательства, что оно устарело; оно только вышло из употребления. Это так, но запрос на него может возродиться... Одно здесь условие: старое должно иметь свою внутреннюю и весовую или художественную ценность... Следовательно, и моя речь впереди: стоит только дождаться удобного часа, а он пробьет уже без меня, но пробьет» [161-162].

Это «старое» в наши дни имеет и «внутреннюю и весовую или художественную ценность», потому что позволяет понять, как меняется виде-

ние окружающего мира, чувства, мировоззрение человека, являющегося выразителем целой эпохи, пережившего всех своих друзей, детей (из восьми детей П.А. Вяземскому довелось похоронить семерых), и как все это отражается в языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вяземский, П.А. Стихотворения. Воспоминания. Записные книжки. – М.: Правда, 1988. – 480 с.

2. Полное собраніе сочиненій князя П.А.Вяземского: въ XII томахъ. – СПб.: Типографія М.М. Стасюлевича, 1887-1896.

3. Бондаренко, В.В. Вяземский. – М.: Молодая гвардия, 2004. – 678 с.

4. Виноградов, В.В. Стиль Пушкина. - М.: Гослитиздат, 1941. – 620 с.

5. Гиллельсон, М.И. П.А. Вяземский. Жизнь и творчество. – Л.: Наука, 1969. – 391 с.

6. Гинзбург, Л.Я. Вяземский. // Вяземский П.А. Стихотворения. - Л.: Сов. писатель, 1936. - С. 5—40.

7. Григорьев, В.П. Словотворчество и смежные проблемы языка поэта. – М.: Наука, 1986. – 256 с.

8. Зорин, А.Л. «Я пережил и многое и многих...» // Вяземский П.А. Стихотворения. Воспоминания. Записные книжки. - М.: Правда, 1988. – С. 5-24.

9. Лотман, Ю.М. О поэтах и поэзии. – СПб.: Искусство – СПБ, 1999. – 848 с.

10. Нечаева, В.С. Вяземский – поэт. // Вяземский П.А. Избр. стихотворения. - М.; Л., 1935.

Рецензент – Л.Е. Кройчик.

Статья принята к печати 14.12.2006

КОНЦЕПТ СВОБОДНАЯ СТРАНА В РУССКОЙ КОНЦЕПТОСФЕРЕ

© 2007 М.С. Онищенко

Воронежский государственный университет

Когнитивная лингвистика вообще и лингвоконцептологии в частности в настоящее время активно развиваются, совершенствуя методики и методологический аппарат для исследования структуры и содержания концептов.

Продемонстрируем использование двух лингвоконцептологических методик – свободный ассоциативный эксперимент и анализ свободных авторских высказываний - для исследования концепта ***свободная страна***.

В рамках *свободного ассоциативного эксперимента* испытуемым был задан вопрос: «Напишите, пожалуйста, первое слово, которое приходит Вам в голову, когда Вы слышите словосочетание ***свободная страна***». От 107-ми испытуемых было получено 258 реакций.

На первом этапе из полученных ассоциатов было сформировано ассоциативное поле, которое выглядит следующим образом.

Свободная страна 258 *– демократия 11, независимая 9, Америка 7, свобода слова 6, Россия 5, независимость, равенство, счастливые люди 4, беспредел, будущее, свобода 3, анархия, благополучие, выбор, демократические свободы, леса, любовь, надежда, преступность, реки, свобода веры, свобода выбора, свободные граждане, слово, Статуя Свободы, счастье, уверенность в завтрашнем дне, утопия, человек свободен в своих желаниях и возможностях 2, "Радио Свобода", Freedom, абсурд, бедность, безнаказанность, безопасность, безопасность человека, бесправие, бить нигеров и за это ничего не сделают, благоденствие, благосостояние, богатая страна, братство, брезгливость... как к лицемерному "продажному" понятию, которым спекулируют, великодушие, величие, весёлые лица, воздушные шарики, все граждане равны перед законом и перед другими людьми, вседозволенность, высокий уровень патриотизма, высокое социальное обеспечение, гадость, гарантия всего, гармония, где плюрализм мнений, Германия, гласность, голубой цвет, горы, демократическая, Демократическая Республика, демократическое государство, десятки партий, обществ, довольные люди, доступное образование, живые люди, закон, зараза, защита своих прав, здоровые дети, здоровье, зеленые города, иллюзия, каждый человек делает то, что ему нравится делать из того, что полезно для людей, кандалы, коммунизм, контроль над чиновниками, коррупция, Ленин, личная защищенность, любовь к родине, любовь ко всем и со всем, маленькая, медицинское страхование, место из книжки Олдингтона, (вроде бы «Смерть героя», впрочем, названия уже не помню), когда в двадцатых годах прошлого века британские пролетарии решили устроить всеобщую забастовку для победы социалистической революции, и все буржуа, мелкие служащие, военные и прочие несколько дней работали водителями, официантами, кочегарами, но так и не позволили революционерам превратить их страну в другую, милиция тебя охраняет, защищенность, мир, мир в нации, мир и покой, многонациональность, многопартийная система, моё слово, мои права, молодёжь, моя религия, мысль, народ – гордый, народ – мудрый, народ добрый, народ имеет право голоса, настоящая любовь, не бывает, не как в России, не Россия, не страшно, не страшно ходить по улице, особенно вечером, не тычут в нос необоснованные запреты, не шипят в спину, небезнадега, небес просторов синева, небо, небольшая страна, невозможность, негры, независимая пресса, нет дорожных знаков, нет политических конфронтаций, нет правил, нет президента, нет социальной напряженности, Нет-такой-брехня-это-все, обеспеченная старость, обороноспособность, общение с другими странами, людьми, огромные просторы, озёра, открытые границы, отсутствие границ, отсутствие забастовок и пикетов перед административными зданиями, отсутствие цензуры, племя аборигенов, поле, политический лидер которой выбран народом, поля, понимание, порядок и стабильность, природа, проституция, просторы, работа, равенство прав и обязанностей, равные возможности, развитые страны Европы, расправленные плечи, Республика, РОССИЯ БЕЗ*

РУССКИХ, рыночная экономика, светлое, свобода в принятии решений, свобода вероисповедания, свобода выражения, свобода мировоззрений, свобода мысли, свобода перемещения, свобода печати, свобода прав, свобода экономической деятельности, свободная от обязательств, свободное передвижение, свободные люди, свободный визовый режим, секс, сексуальные свободы, Советский союз, соблюдение прав человека, солнечная территория, солнечно, солнце, социальные программы, спокойствие, Сталин, степь, суверенное государство, счастливая, США, толпа демонстрантов, Тортуга, уважение, унитарная, утопия типа Коммунизма, утопия типа коммунистического государства, фильм Ромма "Обыкновенный фашизм", хорошее и хорошо себе и всем, хорошие деньги, хотелось бы написать Россия, человек не боится выйти ночью на улицу, чистые города, что-то доброе, шаг вперед, Швеция.

В ходе когнитивной интерпретации значений ассоциатов [1] были сформулированы когнитивные признаки концепта, объективированные данными ассоциатами. Выявленные в результате данной процедуры когнитивные признаки позволяют представить содержание концепта ***свободная страна*** следующим образом (признаки приводятся по убыванию их яркости в сознании носителей языка):

Наличие демократии 17 *(демократия 11, демократическая республика, Республика, демократическое государство, демократические свободы 2, демократическая);*

Является независимой 16 *(независимая 9, независимая 3, суверенное государство, свободная от обязательств, независимость, обороноспособность);*

Красивая природа 16 *(леса 2, реки 2, горы, озера, поля, степь, природа, небес просторов синева, голубой цвет, солнечно, солнечная территория, солнце, просторы, огромные просторы);*

Существует анархия 14 *(беспредел 3, анархия, преступность 2, вседозволенность, бить нигеров и за это ничего не сделают, нет правил, нет дорожных знаков, безнаказанность, коррупция, нет президента);*

Гарантируется свобода слова 12 *(свобода слова 6, слово 2, народ имеет право голоса, гласность, моё слово, свобода выражения);*

Обеспечивает спокойную обстановку в стране 10 *(спокойствие, нет политических конфронтаций, отсутствие забастовок и пикетов перед административными зданиями, порядок и стабильность, нет социальной напряженности, гармония, мир в нации, понимание, мир, мир и покой);*

Делает людей счастливыми 10 *(счастье 2, счастливые люди 4, довольные люди, хорошее и хорошо себе и всем, веселые лица, счастливая);*

Это нереально 9 *(утопия, это будущее 3, утопия типа коммунистического государства, иллюзия, невозможность);*

Люди проявляют дружелюбие и привязанность друг к другу 8 *(любовь 2, народ добрый, что-то доброе, великодушие, не шипят в спину, настоящая любовь, любовь ко всем и со всем);*

Это США 8 *(США, Америка 7);*

Гарантирует человеку безопасность 7 *(безопасность, безопасность человека, не страшно, личная защищенность, человек не боится ночью выйти на улицу, милиция тебя охраняет, не страшно ходить по улице, особенно вечером);*

Обеспечивает равенство 7 *(равенство 4, все граждане равны перед законом и перед другими людьми, равенство прав и обязанностей, равные возможности);*

Полная свобода во всем 7 *(свободные граждане 2, свобода 3, свободные люди,Freedom);*

Предоставляет свободу выбора 6 *(свобода выбора 2, выбор 2, человек свободен в своих желаниях и возможностях 2);*

Обеспечивает благосостояние людей 6 *(благополучие 2, хорошие деньги, благоденствие, обеспеченная старость, благосостояние);*

Это Россия 6 *(Россия 5, хотелось бы написать Россия);*

Гарантируется свобода передвижения 5 *(свободное передвижение, свободный визовый режим, свобода перемещения, открытые границы, отсутствие границ);*

Дает уверенность в жизни 5 *(надежда 2, уверенность в завтрашнем дне, небезнадега, расправленные плечи);*

Гарантируется свобода печати 3 *(независимая пресса, свобода печати, отсутствие цензуры);*

Политический плюрализм 3 *(многопартийная система, где плюрализм мнений, десятки партий, обществ);*

Есть свобода вероисповедания 3 *(свобода веры 2, свобода вероисповедания);*

Обеспечивается социальная поддержка 3 *(высокое социальное обеспечение, социальные программы, медицинское страхование);*

Это развитые страны Европы 3 *(Швеция, Германия, развитые страны Европы);*

Это хорошо 3 (*хорошее и хорошо себе и всем, что-то такое доброе, величие 1).*

Это плохо 3 (*брезгливость... лицемерное "продажное" понятие, которым спекулируют, гадость, зараза 1);*

Гарантирует сексуальные свободы 2 *(секс, сексуальные свободы);*

Высокий уровень патриотизма 2 *(любовь к родине, высокий уровень патриотизма);*

Обеспечивается здоровье граждан 2 *(здоровые дети, здоровье);*

Гарантируется свобода мысли 2 *(мысль, свобода мысли);*

Символизируется статуей свободы 2 *(статуя свободы 2);*

Существует при рыночной экономике 2 *(рыночная экономика, свобода экономической деятельности);*

Хорошая экологическая обстановка 2 *(зеленые города, чистые города);*

Напоминает коммунизм 2 *(коммунизм, утопия типа коммунизма);*

Это небольшая страна 2 *(небольшая страна, маленькая);*

Это не Россия 2 *(не как в России, не Россия).*

Для проведения анализа авторских высказываний был осуществлен поиск в Интернете текстов, содержащих фразы «у нас свободная страна», «это свободная страна». Данная фраза часто звучит в различных коммуникативных ситуациях, и ее контекстуально-семантический анализ вскрывает дополнительные особенности коммуникативной реализации исследуемого концепта. Нами было выявлено и проанализировано 50 высказываний.

По данным интерпретации высказываний о свободной стране выявлены следующие когнитивные признаки.

Каждый имеет право выбора 8: *можете работать в шахте, можете директором завода, можете сторожем на помойке – это дело сугубо индивидуальное; выбор за Вами; у каждого свой выбор; личное дело каждого – с кем спать, от кого рожать; каждый имеет полное право разбить свою голову так, как именно ему хочется; Вот, допустим, военнослужащий отслужил 3 года, продолжает служить, а через 7-8 лет он захотел уволиться. У нас свободная страна; вы можете вступать куда и во что захотите; Хочешь служить – иди; не хочешь служить – не иди;*

Каждый может высказывать любое мнение 7: *Мы имеем право высказать свое мнение; У болельщиков есть право и на такое самовыражение; каждый имеет право выражать свое мнение; каждый говорит, как хочет и где хочет; на форумах других провайдеров мы спокойно разговариваем насчет АТК и других провайдеров почему нельзя тут?; каждый самовыражается так как он хочет; Я что хочу, то и выкладываю;*

Возможность делать, что хочешь 6: *я делаю, и буду делать только то, что посчитаю нужным; Можешь напечатать свои аргументы в прессе, можешь по ТВ выступить; каждый вправе делать все, что ему захочется; я имею право ходить там, где хочу; вы, конечно же, будете читать столько, сколько захотите, и если захотите; каждый говорит, как хочет и где хочет. И за это его наказывают как хотят и где хотят; Если <такая система> вам не нравится, то вы легко можете отправиться <на любой другой сайт>; если не хотят, чтобы их деньги считали, то никто их не держит; не нравится – не слушай;*

Возможность не соблюдать моральные нормы 5: *где хочу, там и нагажу; если я захочу кого-то обматерить – это мое дело; захотел – намусорил, руки отрубать никто не будет; Я плохо никому не делаю, хочу и крякаю; можно ли в школах продавать, как и на улицах, марихуану или стоит разрешить продажу подросткам кокаина, ЛСД, героина...;*

Никто не обязан придерживаться мнения большинства 4: *за инакомыслие не садят; каждый может думать о чем-то так, как считает нужным; скажешь: «Я в это не верю», ты и не обязан в это верить; кто хочет тот и ходит, это ещё не мнение большинства;*

Отсутствие принуждения 4: *не нравится – не играй, заставлять никто не будет; кто о чем желает, тот на ту тему и общается, тебя же никто не заставляет открывать эту тему и прочитывать ее; никто не имеет права нас к чему-то принуждать; хотите – не пользуйтесь термином, это бы в советское время старались вас научить чему-то;*

Отсутствие запретов 3: *Не хотите, не платите! Вас никто не заставляет; И Путин может зайти на заседание Думы и посидеть – потусоваться. Кто ему запретит?; ломайся, сколько хочешь;*

Равные права у всех 3: *каждый может баллотироваться; пусть все будут в равных условиях!!!; не удаляйте сообщения, а то какое-то ущемление прав пользователей получается;*

Свободной страны в реальности не существует 2: *У нас свободная страна, тем более сегодня 1 апреля; Советский анекдот. Американец (Йордан) говорит: "У нас – свободная страна. Я могу подойти к Белому дому и кричать: "Рейган – дурак!" Русский (Кох) отвечает: "И у нас свободная. Я тоже могу подойти к Кремлю и кричать: "Рейган – дурак!";*

Никто не обязан ни перед кем отчитываться 2: *общественность не примет ситуацию, когда кого-то будут искать, спрашивать, когда он приехал, когда собирается уехать; уж твоего мнения точно не поинтересуюсь.*

Свобода конкуренции 1: *у нас рынок, давайте конкурировать.*

Макроструктура концепта ***свободная страна*** по данным ассоциативного эксперимента может быть представлена следующим образом. Удельный вес компонентов рассчитывался относительно общего числа всех когнитивных признаков, выделенных в результате ассоциативного эксперимента и интерпретации высказываний.

Образ

Перцептивный (8,45 %)

Зрительный (8,12 %) – *леса, реки, весёлые лица, воздушные шарики, голубой цвет, горы, довольные люди, живые люди, зеленые города, небес просторов синева, небо, негры, огромные просторы, озёра, поле, поля, природа, просторы, работа, светлое, солнечная территория, солнечно, солнце, толпа демонстрантов, чистые города*

Слуховой (0,33 %) – *«Радио Свобода»*

Когнитивный (0,99 %)

шаг вперед – прогресс
расправленные плечи – осознание себя личностью
Статуя Свободы – типична для Америки

Образный компонент объединяет 9,44 % признаков, образующих содержание концепта.

Информационное содержание
Наличие демократии (5,52 %)
Является независимой (5,20 %)
Гарантируется свобода слова (3,90 %)
Гарантируется свобода передвижения (1,62 %)
Политический плюрализм (0,97 %)
Есть свобода вероисповедания (0,97 %)
Гарантируется свобода печати (0,97 %)
Гарантируется свобода мысли (0,64 %)

Информационное содержание в целом составляет 20,78 % когнитивного содержания концепта.

Энциклопедическая зона (29,55 %)
Красивая природа (5,20 %)
Существует анархия (4,55 %)
Это нереально (2,92 %)
Каждый имеет право выбора (2,60 %)
Обеспечивает равенство (2,27 %)
Полная свобода во всем (2,27 %)
Каждый может высказывать любое мнение (2,27 %)
Предоставляет свободу выбора (1,95 %)
Обеспечивается социальная поддержка (0,97 %)
Равные права у всех (0,97 %)
Существует при рыночной экономике (0,64 %)
Это небольшая страна (0,64 %)
Гарантирует сексуальные свободы (0,64 %)
Высокий уровень патриотизма (0,64 %)
Свободной страны в реальности не существует (0,64 %)
Свобода конкуренции (0,33 %)

Интерпретационное поле

Общеоценочная зона (1,95 %)
Это хорошо (0,97 %)
Это плохо (0,97 %)

Утилитарная зона (16,23 %)
Обеспечивает спокойную обстановку в стране (3,25 %)
Делает людей счастливыми (3,25 %)
Люди проявляют дружелюбие и привязанность друг к другу (2,60 %)
Гарантирует человеку безопасность (2,27 %)
Обеспечивает благосостояние людей (1,95 %)
Дает уверенность в жизни (1,62 %)
Обеспечивается здоровье граждан (0,64 %)
Хорошая экологическая обстановка (0,64 %)

Идентификационная зона (6,83 %)
Это США (2,60 %)
Это Россия (1,95 %)
Это развитые страны Европы (0,97 %)
Напоминает коммунизм (0,64 %)
Это не Россия (0,64 %)

Регулятивная (7,79 %)
отсутствие ограничений, предписаний (7,79 %), возможность делать, что хочешь (1,95 %), возможность не соблюдать моральные нормы (1,62 %), никто не обязан придерживаться мнения большинства (1,30 %), отсутствие принуждения (1,30 %), отсутствие запретов (0,97 %), никто не обязан ни перед кем отчитываться (0,65 %).

Культурная зона (0,97 %)
Я про такое читал (0,97 %).

Символическая зона – 0,64 %
Символизируется статуей свободы (0,64 %)

Интерпретационный компонент в целом составляет 49 % когнитивного содержания концепта.

Для установления индекса оценочности концепта выявленные когнитивные признаки

были распределены по следующим группам: когнитивные признаки положительной оценки (объективируются языковыми средствами с положительной коннотацией), когнитивные признаки отрицательной оценки (объективируются языковыми средствами с отрицательной коннотацией) и неоценочные признаки. Был подсчитан удельный вес каждой группы и рассчитан индекс положительной и отрицательной оценочности. Результаты выглядят следующим образом.

Когнитивных признаков положительной оценки – 76

Индекс положительной оценочности – 24,68 %

Когнитивных признаков отрицательной оценки – 22 %

Индекс отрицательной оценочности – 7,14 %

Оценочный слой концепта, таким образом, включает 31,82 % всех когнитивных признаков. Позитивная акцентуация заметно преобладает над негативной.

Одним из этапов когнитивной интерпретации является выявление когнитивных классификационных признаков (классификаторов), получаемых на основе обобщения отдельных когнитивных признаков и позволяющих выявить аспекты концептуализации денотата концепта когнитивным сознанием [2, 147]. Приведем когнитивные классификаторы русского концепта ***свободная страна***. Поскольку в данном случае удельный вес рассчитывается с учетом количества ответивших респондентов (107) и поскольку респонденты, вопреки заданию, иногда приводили более одного слова-реакции, то сумма процентов превысит 100:

политическое устройство (32,70 %);
предоставляемые гражданские права (29,90 %);
внешний облик свободной страны (14,95 %);
степень независимости от других стран (14,95 %);
возможность реального существования (12,41 %);
типичный представитель (12,14 %);
вызываемая эмоция (9,34 %);
степень близости носителям (9,34 %);
обеспечиваемое физическое состояние (8,41 %);
отношения между гражданами (7,48 %);
обеспечиваемое материальное состояние (5,60 %);
общая оценка (5,60 %);
обеспечиваемое психологическое состояние (4,67 %);
размер страны (3,73 %);
символ (2,80 %);
экономическое устройство (2,80 %);
источник информации о явлении (1,86 %).

Заключительным этапом моделирования концепта является описание полевой организации выявленных когнитивных признаков – выявление ядра, ближней, дальней и крайней периферии. В результате содержание концепта представляется в виде полевой структуры [2, 202].

Полевая структура концепта ***свободная страна*** может быть представлена в следующем виде. Индекс яркости для каждого признака рассчитывался с учетом количества выделивших его респондентов (107 – для признаков, выделенных по данным ассоциативного эксперимента, 50 – по данным интерпретации высказываний). Такой расчет позволяет оценить яркость каждого признака в концептосфере респондентов, а также значимость компонентов макроструктуры в зависимости от степени яркости входящих в них признаков.

Ядро

Каждый имеет право выбора 0,16
Наличие демократии 0,16
Является независимой 0, 15
Красивая природа 0,15
Каждый может высказывать любое мнение 0,14

Ближняя периферия

Существует анархия 0,13
Возможность делать, что хочешь 0,12
Гарантируется свобода слова 0,11
Возможность не соблюдать моральные нормы 0,10
Обеспечивает спокойную обстановку в стране 0,09
Делает людей счастливыми 0,09

Дальняя периферия

Никто не обязан придерживаться мнения большинства 0,08
Отсутствие принуждения 0,08
Это нереально 0,08
Люди проявляют дружелюбие и привязанность друг к другу 0,07
Это США 0,07
Обеспечивает равенство 0,07
Полная свобода во всем 0,07
Гарантирует человеку безопасность 0,06
Отсутствие запретов 0,06

Равные права у всех 0,06
Предоставляет свободу выбора 0,06
Обеспечивает благосостояние людей 0,06
Это Россия 0,06
Гарантируется свобода передвижения 0,05
Дает уверенность в жизни 0,05
Свободной страны в реальности не существует 0,04
Никто не обязан ни перед кем отчитываться 0,04

Крайняя периферия

Гарантируется свобода печати 0,03
Политический плюрализм 0,03
Есть свобода вероисповедания 0,03
Обеспечивается социальная поддержка 0,03
Это развитые страны Европы 0,03
Это хорошо 0,03
Это плохо 0,03
Свобода конкуренции 0,02
Гарантирует сексуальные свободы 0,02
Высокий уровень патриотизма 0,02
Обеспечивается здоровье граждан 0,02
Гарантируется свобода мысли 0,02
Символизируется статуей свободы 0,02
Существует при рыночной экономике 0,02
Хорошая экологическая обстановка 0,02
Напоминает коммунизм 0,02
Это небольшая страна 0,02
Это не Россия 0,02

Можно сделать следующие выводы.

Образный компонент составляет 9,5 % содержания концепта. Информационный – 21%. Энциклопедическая зона -29,5 %.Самым объемным является интерпретационный компонент – 35,5 %.

Один из признаков образного компонента – *красивая природа* – входит в ядро концепта, что свидетельствует о большой значимости образного компонента концепта ***свободная страна*** в русской концептосфере.

Наиболее яркие признаки информационного компонента – *наличие демократии* и *является независимой,* что свидетельствует о тесной связи концепта ***свободная страна*** с концептами *демократия* и *суверенность.*

Названные признаки вошли в ядро концепта, что позволяет сделать вывод об определяющей роли информационного компонента в структуре концепта.

Доминирует в структуре концепта интерпретационное поле. Оно включает две трети всех признаков. Наиболее объемными являются энциклопедическая и утилитарная зоны. Первая включает в основном признаки, характеризующие представления о «внешнем облике» свободной страны, объективных благах, предоставляемых ее гражданам, и оценку возможности ее реального существования. Вторая содержит признаки, характеризующие по большей части психологическую обстановку в свободной стране, и включает немало эмотивных признаков, что свидетельствует об эмоциональной окрашенности исследуемого нами концепта.

В русском когнитивном сознании 7 % когнитивных признаков концепта имеют негативную акцентуацию, хотя позитивная акцентуация концепта заметно преобладает над негативной. При этом две трети содержания концепта неоценочны, таким образом, в русском когнитивном сознании концепт *свободная страна* не является оценочным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2002. – 191 с.

2. Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка: Монография / З. Д. Попова, И. А. Стернин. –– Воронеж: Истоки, 2007. – 252 с.

Рецензент — И.А.Стернин.
Статья принята к печати 30.11.2006.

КОММУНИКАТИВНЫЕ КОНЦЕПТЫ В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ

© 2007 Л.В. Павлюк

Воронежский государственный университет

Концепт как ментальная единица может изучаться на разных уровнях. Возможно изучение содержания и структуры концепта в обыденном и научном сознании. Вполне очевидно, что содержание концепта в сознании рядового человека и в сознании специалиста будут различаться, но эта проблема до сих пор относится к разряду малоизученных. Вместе с тем, велика не только теоретическая, но и практическая, учебно-методическая сторона таких исследований –важно узнать, чем отличается содержание концептов в сознании учащихся и в сознании их преподавателей, что позволит наметить адекватные пути формирования научных концептов в сознании учащихся в процессе обучения.

Концепты в обыденном и научном сознании различаются по целому ряду признаков, и эти различия существенно влияют на взаимопонимание специалистов и рядовых носителей языка. Например, представления о многих языковых понятиях существенно различаются у филологов и студентов, приступающих к изучению языковых дисциплин – русский язык и культура речи, стилистика, риторика и под.

Данную проблему рассмотрим на материале языковых и коммуникативных концептов, определяющих представления обыденного языкового сознания о культуре речи и культуре общения и определяющих речевую культуру личности индивида.

Нами ставятся следующие задачи:

- разработка экспериментальной методики выявления содержания концептов в обыденном сознании, сопоставление эффективности разных методик;
- выявление содержания языковых концептов в сознании нефилологов-студентов;
- выявление динамики развития этих концептов в процессе обучения студентов культуре речи и русскому языку;
- сопоставление бытовых и научных языковых концептов, установление их сходств и различий;
- выявление гендерной специфики исследуемых концептов;
- установление необходимого объема и содержания лингвистического концепта в профессиональном сознании будущего специалиста;
- разработка рекомендаций по эффективному формированию адекватного содержания языковых концептов в сознании студентов для их успешной профессиональной деятельности.

Предметом исследования, таким образом, выступает содержание основных языковых и коммуникативных концептов, релевантных для формирования культуры речи и культуры общения специалиста-нефилолога с высшим образованием.

Материалом исследования являются следующие концепты:

Языковые концепты

русский язык
иностранный язык
английский язык
немецкий язык
французский язык
испанский язык
грамотность, грамотный
жаргон
сленг
мат
норма языка
портить язык
изменения в языке
родной язык
иностранное слово
модное слово
язык
речь
орфография
пунктуация
лингвистика
хорошая речь

культура речи
правильная речь
литературный язык
разговорная речь
богатство речи
стиль языка
речевая ошибка

Коммуникативные концепты

идеальный собеседник
хороший оратор
эффективное общение
вежливость
светское общение
речевой этикет
толерантность

Также предметом исследования обыденного языкового сознания выступает оценочно-прагматическое отношение к языку, включающее ответы на вопросы:

нравится ли вам русский язык и чем;

что не нравится вам в русском языке;

есть ли у вас желание и потребность в совершенствовании уровня владения русским языком;

для чего необходимо хорошо владеть русским языком;

какие слова и выражения вам нравятся и не нравятся в русском языке;

надо ли совершенствовать свое владение иностранным языком, каким;

для чего необходимо сегодня хорошо владеть иностранным языком, каким;

каких навыков в русском языке вам не хватает?

что вы считаете ненужным или лишним при обучении русскому языку?

Для достижения поставленных целей предлагается экспериментальная методика, включающая взаимодополняющие процедуры:

направленный ассоциативный эксперимент (русский язык – какой? грамотность – для чего нужна? к чему ведет? что дает?);

метод субъективных дефиниций (русский язык – это...);

метод анкетирования с ответом в свободной форме (Хотели бы вы повысить свой уровень владения русским языком? Для чего сегодня надо хорошо владеть русским языком? и т.д.).

Выдвигается гипотеза, что данная совокупность методик позволит описать содержание и структуру исследуемых концептов в обыденном сознании носителя языка.

При этом предполагаем, что:

направленный ассоциативный эксперимент с ответом в атрибутивной форме (КАКОЙ?) позволит выявить оценочные характеристики и наиболее яркие когнитивные признаки концепта, ср. исследование Л.А.Тавдгиридзе [2];

направленный ассоциативный эксперимент с ответами на конкретные функциональные вопросы (ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН? К ЧЕМУ ВЕДЕТ? ЧТО ДАЕТ?) позволить установить утилитарные признаки концепта;

метод субъективных дефиниций позволит выявить субъективные представления о сущностных признаках концепта;

метод анкетирования с ответом в свободной форме позволит информантам ответить на интересующие исследователя вопросы в субъективно выбранной ими форме, что облегчит информантам выражение мысли и дополнит результаты более «строгих» экспериментов.

Таковы основные принципы исследования обыденного языкового и коммуникативного сознания.

Приведем в качестве примера исследование концепта *эффективное общение* в обыденном языковом сознании.

Нами был проведен направленный психолингвистический эксперимент. Перед испытуемыми был поставлен вопрос: *Эффективное общение – какое?* Требовалось написать три реакции. Отсутствие одной или двух из трех реакций рассматривалось как отказ.

Всего было опрошено 59 испытуемых, студентов-нефилологов 1 курса, обучающихся по специальностям «Музейно-выставочный сервис», «Бухучет», «Деревообработка», «Инженерная защита окружающей среды». В составе испытуемых было 19 мужчин и 40 – женщин.

Результаты эксперимента были обработаны методом когнитивной интерпретации [1], в результате чего был получен список когнитивных признаков концепта, объективированных испытуемыми в процессе эксперимента в виде ассоциативных реакций.

Результаты эксперимента (признаки приводятся по алфавиту; если признак имеет синонимическую объективацию, приводятся все синонимы):

Когнитивный признак	*Всего*	*Мужчины*	*Женщины*
нужное, важное, необходимое значимое	26	11	15
удовлетворяющее, полезное, дающее, отдающее, много дающее, результатив-ное, продуктивное, плодотворное	19	1	18
интересное	14	5	9
понятное, простое, доступное, понимаемое	11	2	9
умное	7	3	4
обогащающее, обучающее, взаимообогащающее	6	1	5
правильное, корректное, путное	6	4	2
целенаправленное, целеустремленное	5		5
веселое, смешное	4	1	3
грамотное	4	1	3
красивое	4	2	2
эффективное	4	1	3
представительское, интеллигентное, культурное	4	2	2
быстрое	3	3	
длинное, многочасовое	3	2	1
хорошее	3	2	1
увлекательное, увлекающее, занимательное	3		3
разнообразное, многообразное	3		3
полное, богатое	3		3
интеллектуальное, информативное, смысловое	3	1	2
обоюдное, взаимодействующее	3		3
приятное	2	1	1
активное, сильное	2	2	
выслушивающее, услышанное	2	1	1
высокообразованное, образованное	2		2
дорогое	2	2	
перспективное, многообещающее	2		2
молодежное	2		2
общественное	2	2	
выгодное	2		2
великое	1		1
дурацкое	1	1	
законченное	1		1
конкретное	1	1	
логичное	1	1	
модное	1	1	
научное	1		1
одностороннее	1		1
ответственное	1	1	
положительное	1		1
постоянное	1	1	
сленговое	1		1
трудное	1		1
эмоциональное	1		1
ОТКАЗ	4		4

Таким образом, ***эффективное общение*** в обыденном языковом сознании – это прежде всего *важный* вид общения. Данный когнитивный признак субъективно наиболее существен для испытуемых, наиболее ярок в их сознании. Наиболее яркими оказываются именно прагматические признаки – *важное* (26 реакций) и *полезное, результативное* (19 реакций).

Что касается дифференциальных качеств ***эффективного общения*** в обыденном языковом сознании, то ими оказываются: *понятное, обогащающее, правильное, целенаправленное, грамотное, информативное, активное, богатое, логичное, конкретное, длинное, законченное* и тут же – *интересное, красивое, веселое, интеллигентное, увлекательное, приятное, эмоциональное*. Кроме того, обыденное сознание выделяет целый ряд случайных признаков эффективного общения – *дурацкое, модное, научное, одностороннее, ответственное, сленговое, трудное, дорогое, молодежное, общественное* и др., которые выражают индивидуальные представления об эффективном общении.

Таким образом, в обыденном языковом сознании ***эффективное общение*** – это «сочетание приятного с полезным», что существенно отличается от научного представления об эффективном общении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: «Истоки», 2007.

2.Тавдгиридзе Л.А. Концепт «русский язык» в русском языковом сознании. Автореф. дисс.... канд. филол. наук. / Л.А. Тавдгиридзе. - Воронеж, 2007. 23 с.

Рецензент – З.Д.Попова

Статья принята к печати 16.10.2006 г.

К ВОПРОСУ О НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКЕ ЛЕКСИКИ В БЛИЗКОРОДСТВЕННЫХ ЯЗЫКАХ

© 2007 Н.В. Прощенкова

Благовещенский государственный педагогический университет

Сегодня теоретические и прикладные исследования в области контрастивной лингвистики (А. Гудавичюс, И. П. Зленко, З. Д. Попова, И. А. Стернин, М. А. Стернина, Б. Харитонова и др.) позволяют осмыслить различные языковые картины мира, языковые культуры, национальные особенности восприятия мира людьми. Эти исследования выявили наличие таких аспектов, как язык и национальная картина мира, язык и национальная специфика лексики.

Национальная специфика семантики выявляется только при сопоставлении единицы одного языка с конкретным другим языком и является таковой только по отношению к данному конкретному языку. Она проявляется в трех основных аспектах:

—безэквивалентность (эндемичность) единиц;

— лакунарность;

—национальная специфика значения единицы – ее отличие по компонентам значения [3, 78]. Она обнаруживается в денотативном, коннотативном и функциональном компонентах значения, а также в нескольких компонентах одновременно [2, 46].

По мнению И. А. Стернина, лакунарность и безэквивалентность единиц являются наиболее ярким проявлением национальной специфики семантики слова в языке [3, 21]. Кроме того, эти единицы соотносительны, они обнаруживают себя в паре. Первые выделяются на фоне последних и взаимно предполагают друг друга [2, 27].

Лакуна (от лат. lacuna – углубление, впадина, провал, полость; от франц. lacune – пустота, брешь) в контрастивной лингвистике представляет собой отсутствие межъязыкового соответствия в одном языке относительно другого [3, 34]. Носители одного языка в ситуации общения, как правило, лакуны не обнаруживают, однако, как только в коммуникацию вступает носитель другого языка, они сразу осознаются, создавая неудобства в общении.

Таким образом, лакуны в родном языке могут быть обнаружены непосредственным наблюдением над языковым употреблением носителей иноязычной культуры, хотя выделить их в рамках одной языковой семьи и культуры значительно сложнее.

“О безэквивалентной лексике какого-либо языка, – справедливо утверждает А. Гудавичюс, – можно говорить только по отношению этого языка к какому-нибудь другому или другим языкам. То, что в языке X является безэквивалентным по отношению к языку Y, может не быть безэквивалентным по отношению к языку Z» [1, 65]. Проиллюстрируем это утверждение следующим примером: русское *сутки* безэквивалентно по отношению к английскому и немецкому языкам, однако не по отношению к украинскому языку, где есть эквивалент – *доба*.

Безэквивалентная лексика – популярная тема контрастивных и сопоставительных исследований в разных языках. Однако большинство работ посвящено исследованию явления безэквивалентности на материале английского, немецкого, французского языков. Вместе с тем, большой интерес для исследования национальных особенностей языка и мышления представляет изучение безэквивалентности на материале близкородственных языков.

Специальных работ, посвященных исследованию безэквивалентной лексики в близкородственных языках, пока очень мало, хотя, безусловно, это очень интересная и перспективная область, которая может открыть богатейшие особенности национальных культур близких народов, особенности менталитета, мировоззрения народа, национального характера, обнаружить неизвестные, скрытые этнические факты в условиях тесного контакта языков и культур.

Проведенное нами исследование на материале русского и украинского языков показывает, что исследуемые языки, несмотря на близость культур, а также принадлежность к одной язы-

ковой семье, общность территории и социально-экономических процессов, исторической судьбы двух народов, при контрастивном исследовании обнаруживают заметную национальную специфику семантики.

Методом сплошной выборки были просмотрены следующие словари: Большой толковый словарь русского языка, Украинско-русский словарь в 6-ти томах, Русско-украинский словарь в 3-х томах, Словарь украинского языка в 11 томах, Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка

Приведем примеры выявленной национальной специфики.

1. Русские безэквивлентные единицы

б*а*рыня (ср. укр. російська плясова народна пісня);
б*а*рыня (ср. укр. танок під музику російської плясової народної пісні – барині);
врем*я*нка (ср. укр. тимчасова споруда: хата, драбина, дорога тощо);
голь (ср. укр. гола місцевість, голе місце);
з*и*мник (ср. укр. дорога по снігу, зимова дорога);
злоключ*е*ния (ср. укр. лиха пригода);
злонр*а*вие (ср. укр. лиха вдача, непутящі звичаї);
копн*е*ние (ср. укр. складання в копи);
крысол*о*вка (ср. укр. пастка на щурів);
лош*а*дник (ср. укр. ам*а*тор к*о*ней);
лош*а*дник (ср. укр. той, що продає к*о*ней);
маловес (ср. укр. малої ваги);
медяшка (ср. укр. мідна бляха);
моряна (ср. укр. вітер з моря, низовий вітер);
мостовьё (ср. укр. недов*и*ченена шкура) и т.д., всего около 30 примеров.

2. Лакуны в русском языке

Большая часть выявленных лакун – имена существительные, обозначающие конкретные предметы материальной и духовной культуры украинского социума. К ним относятся мотивированные межъязыковые лакуны – это лакуны, которые объясняются отсутствием соответствующего предмета или явления в русской национальной культуре, и немотивированные межъязыковые лакуны – предметы и явления, имеющие место в русской национальной культуре, но не вербализованные русским языковым сознанием.

Выявленные в русском языке лакуны мы сгруппировали в следующие тематические группы:

I. Названия исторических реалий, связанных с культурой, народными промыслами, бытом, религией:

быстрый танец, напоминающий венгерские мотивы (ср. укр. **вег*е*ря**);
парчовая лента (ср. укр. **галь*о*нка**, устар.**)**;
быстрый украинский народный танец, одиночный, парный или групповой (ср. укр. **гоп*а*к**);
воин, вооруженный дубиной (ср. укр. **дейнека**, ист.);
гравюра на дереве (ср. укр. **деревор*и*т**);
слуга и оруженосец казака (ср. укр. **дж*у*ра**);
цветные нитки для вышивания (ср. укр. **з*а*полоч**);
день 1(14) августа (ср. укр. **маков*ій*,** устар.);
служба по найму, работа по найму (ср. укр. **н*а*ймы**);
запорожский казак с низовьев Днепра (ср. укр. **низов*и*к**);
запорожский народный танец, полностью исполняемый вприсядку (ср. укр. **повзун*е*ць**);
девушка, совершающая обряд держания меча и свечи на свадьбе (ср. укр. **світ*и*лка**);
брат невесты, распускающий невесте косу (ср. укр. **розм*а*й-коса**, устар.)
реестровый казак (ср. укр. **реєстр*о*вець**);
традиционная обрядовая песня в канун Нового года (ср. укр. **щедр*і*вка**) и т.д.

II. Названия одежды:

откидные рукава (ср. укр. **в*и*льоти**, устар.);
парчовая лента (ср. укр. **галь*о*нка**, устар.);
отворот в одежде на груди, незастёгнутая часть одежды на груди (ср. укр. **р*о*зхрист**, редк.);
мужской короткий кожаный полушубок (ср. укр. **кожан*о*к**);
женская верхняя зимняя одежда на меху, по типу тулупа (ср. укр. **кожуш*а*нка**);
мужская короткая верхняя одежда без рукавов (ср. укр. **л*е*йбик**);
часть мужского костюма, схожая с жилетом, надеваемая под пиджак (ср. укр. **л*е*йбик**);
женская меховая короткая шубка (ср. укр. **фут*е*рко**);
мужской полукафтан в талию (ср. укр. ***ю*пка,** устар.) и т. д.

III. Наименование предметов домашнего обихода:

верхний обрез сосуда (ср. укр. **в*і*нця**);
ремень, соединяющий две части цепа (ср. укр. **к*а*пица**);
кухонный очаг (ср. укр. **каб*и*ця**);
летняя плита (ср. укр. **каб*и*ця**);
круглая или четырехугольная яма, в которой помещается гончарная печь (ср. укр. **каб*и*ця**, спец.);
синяя краска, сходная с индиго (ср. укр. **кал*і*я,**

устар.);
специальный большой пест для растирания мака (ср. укр. **маког*і*н**);
большой глиняный горшок для кулинарных целей (ср. укр. **мак*і*тра**) и т.д.

IV. Наименование лиц по роду деятельности:

судебный пристав при старых судах на Украине (ср. укр. **в*о*зний**);
козий пастух (ср. укр. **коз*а*р**);
мясник, режущий коз (ср. укр. **козор*і*з**);
разбойник с низовьев Днепра, прятавшийся в камышах (ср. укр. **ком*и*шник,** устар.);
надсмотрщик за полевыми работами (ср. укр. **лановы*й***, дорев.);
полевой сторож (ср. укр. **лановы*й*,** дорев.);
подмастерье столяра (ср. укр. **столярчу*к*,** разг.);
подмастерье кузнеца (ср. укр. **ковальчук,** разг.);
подмастерье ткача (ср. укр. **ткачук,** разг.);
сын ткача (ср. укр. **ткачук,** разг.);
портной, шьющий крестьянскую верхнюю одежду из домашнего толстого сукна (ср. укр. **св*и*тник,** устар.);
тележный и каретный мастер (ср. укр. **ст*е*льмах**);
помощник овчара (ср. укр. **чабанчу*к***);
турецкий царедворец (ср. укр. **ч*а*уш**);
сборщик налогов (ср. укр. **шаф*а*р,** ист.);
сапожный подмастерье, ученик сапожника (ср. укр. **шевчук,** устар.);
человек, поющий песни-колядки во время Рождественских праздников (ср. укр. **щедрівн*и*к, щедрув*а*льник)**;
старший пастух (ср. укр. **бац**) и т.д.

V. Названия кулинарных изделий, напитков:

лепёшка, жаренная в масле (ср. укр. **б*у*цик**);
лепёшка для вареника (ср. укр. **варен*и*ця, варя*н*ця**);
мякиш недопечённого хлеба (ср. укр. **глевт*я*к**);
недопечённый хлеб (ср. укр. **глевт*я*к**);
настойка на калине, калиновая настойка (ср. укр. **кал*и*нівка**);
вкусная пища, кондитерское изделие из теста (лакомство, печенье) (ср. укр. **пу*н*дик**);
яблочный мусс (ср. укр. **ябч*а*нка**);
(собирательно) разнообразные кушанья из черешни (ср. укр. **черешн*я*нка**) и т. д.

Лакуны выделяются также в таких тематических группах, как наименования жилых построек, строений, их частей (37 примеров); явлений природы, животных, растений (20); участков земной поверхности, обрабатываемых территорий (34); лиц по родству, семейной принадлежности (42 примера) и др. Всего выявлено более 400 примеров лакун в русском языке относительно украинского языка.

Значительную группу лакун в русском литературном языке выявляют украинские *областные* слова, например:

похлёбка из муки (ср. укр. **б*е*вка**, обл.);
красная шерстяная нитка (ср. укр. **ж*и*чка,** обл.);
шерстяная тесёмка (ср. укр. **ж*и*чка**, обл.);
верхняя меховая одежда без рукавов у гуцулов (ср. укр. **кепт*а*р**, обл.);
пастуший шалаш (ср. укр. **кол*и*ба**, обл.);
зимнее жилище дроворубов-гуцулов (ср. укр. **кол*и*ба**, обл.);
нижний этаж (ср. укр. **н*и*жниця**, обл.);
венок из цветов мака (ср. укр. **мачк*и***, обл.);
место, где когда-то был сад (ср. укр. **сад*о*вище**, обл.);
скотобойня с салотопней (ср. укр. **салаг*а*н**, обл.);
жилище пастухов-гуцулов на горных пастбищах (ср. укр. **стая**, обл.);
верёвка, свитая из лозы (ср. укр. **ужв*а***, обл.).

3. Русские единицы с семной национальной спецификой

Эта группа в нашем материале представлена сравнительно немногочисленными примерами, но мы предполагаем, что данный материал увеличится в процессе дальнейшего исследования. Данный тип проявления национальной специфики семантики выявляется в исследованном нами материале как в макрокомпонентах – денотативном, коннотативном и функциональном, так и в микрокомпонентах – семах, причем во всех типах сем – архисемах, дифференциальных семах, постоянных и вероятностных семах и т. д.

Приведем примеры межъязыковых контрастивных пар с национальной семной спецификой, где различия будут выделены курсивом.

воспри*е*мник — хр*е*сний

лицо	лицо
мужского пола	мужского пола
принимающее на руки ребенка	принимающее на руки ребенка
из купели	из купели
при обряде крещения	при обряде крещения
книжное	*разговорное*
церковное	*общенародное*
устаревшее	*современное*
общераспространенное	общераспространенное
малоупотребительное	*употребительное*

воспри*е*мница — хр*е*сна

лицо	лицо
женского пола	женского пола
принимающее на руки ребенка	принимающее на руки
из купели	ребенка из купели
при обряде крещения	при обряде крещения
книжное	*разговорное*
церковное	*общенародное*
общераспространенное	общераспространенное
устаревшее	*современное*
малоупотребительное	*употребительное*

дядя — вуй, вуйко

брат матери	*брат матери*
брат отца	0
муж тетки	0
межстилевое	*разговорное*
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
современное	современное
употребительное	употребительное

день-деньской — цілий день

период времени	период времени
в течение целого дня	в течение целого дня
разговорное	*межстилевое*
общенародное	общенародное
общераспространенное	общераспространенное
современное	современное
употребительное	употребительное

жилет — камізелька

одежда	одежда
короткая	короткая
мужская или женская	мужская или женская
без воротника и рукавов	без воротника и рукавов
надеваемая поверх рубашки	надеваемая поверх рубашки
надеваемая под пиджак	надеваемая под пиджак
0	*иногда отороченная овчиной*
разговорное	разговорное
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
современное	*устаревшее*
употребительное	*малоупотребительное*

кожух- кожух

одежда	одежда
верхняя	верхняя
из кожи	0
из овчины	из овчины
0	*иногда нагольная*
разговорное	разговорное
общенародное	общенародное
областное	областное
устаревшее	*современное*
малоупотребительное	*употребительное*

лакомство — мантулки

кушанье	кушанье
сладкое	сладкое
вкусное	вкусное
0	печеное
межстилевое	*разговорное*
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
современное	*устаревшее*
употребительное	*малоупотребительное*

мертвая вода — мертвовід

вода	вода
лишенная присущих	лишенная присущих
ей полезных свойств,	ей полезных свойств,
признаков	признаков
книжно-поэтическое	книжно-поэтическое
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
современное	*устаревшее*
малоупотребительное	малоупотребительное

отец — неньо

мужчина	мужчина
по отношению	по отношению
к своим детям	к своим детям
межстилевое	*разговорное*
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
неэмоциональное	*ласкательное*
современное	*устаревшее*
употребительное	*малоупотребительное*

мама — неня, ненька

женщина	женщина
по отношению	по отношению
к своим детям	к своим детям
межстилевое	*разговорное*
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
неэмоциональное	*ласкательное*
современное	*устаревшее*
употребительное	употребительное

обручальное кольцо — обручка

кольцо	кольцо
надеваемое	надеваемое
на безымянный палец	на безымянный палец
во время бракосочетания	во время бракосочетания
межстилевое	*разговорное*
общенародное	общенародное
общераспространенное	*областное*
современное	современное
употребительное	употребительное

невестка — ятрівка

жена *сына или брата*	жена *брата мужа*
межстилевое	*разговорное*
общенародное	общенародное
общенародное	*областное*
современное	*устаревшее*
употребительное	*малоупотребительное*

Таким образом, национальная специфика лексики близкородственных языков выявляется в межъязыковых соответствиях (линейных и векторных, в последнем случае они для описания разбиваются на контрастивные пары) на уровне мегакомпонентов значения – лексического и грамматического, макрокомпонентов – денотативного, коннотативного и структурно-языкового, а также микрокомпонентов – сем, их статуса в структуре семемы.

Соотношение мотивированных лакун к немотивированным составляет 1 : 9. Большая часть немотивированных лакун в русском языке пред-

ставлена наименованиями лиц по роду деятельности; по родству, семейной принадлежности; кулинарных изделий, напитков; жилых построек, строений, их частей; участков земной поверхности, обрабатываемых территорий.

Четко прослеживается тенденция наличия предмета, явления при отсутствии его наименования. Например, русским языковым сознанием не детализируются подробно типы пастухов (укр. **коз*а*р, вол*а*р**), участки обрабатываемых территорий (укр. **сад*о*вище, башт*а*нище**), многие лица по родству (наименование сыновей, дочерей, жен – **козач*е*нко, сотнич*е*нко, мельник*і*вна, сотник*і*вна, склярих*а*/скл*я*рка**) и т. п. Это оказывается коммуникативно нерелевантно для русского народа.

Как показало проведенное исследование, единое генетическое, историческое и культурное родство русского и украинского языков не исключают национальной специфики лексики и даже ее крайней формы – лакун и безэквивалентной лексики. Поскольку язык вербализует национальную культурную картину мира, хранит ее и передает из поколения в поколение, факт недостаточности того или иного языкового арсенала при контрастивном исследовании русского и украинского языков налицо.

В русско-украинском языковом материале обнаруживаются все виды проявления национальной специфики семантики

Украинская и русская национальные языковые культуры формировались хотя и в тесной взаимосвязи (многое в развитии обоих языков и культур было, разумеется, в значительной степени общим для братских народов), но все-таки относительная самостоятельность развития языков и культур привели к формированию заметного пласта национально-специфической лексики в обоих языках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гудавичюс А. Сопоставительная семасиология литовского и русского языков / А. Гудавичюс. – Вильнюс: Мокслас, 1985. – 175 с.

2. Контрастивная лексикология и лексикография. Монография / Под ред. И. А. Стернина и Т. А. Чубур. – Воронеж: Истоки, 2006. – 341 с.

3. Стернин И. А. Контрастивная лингвистика. Проблемы теории и методики исследования / И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2004. – 189 с.

СЛОВАРИ

1. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998. – 1536 с.

2. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М., Русский язык, 1999.

3. СУМ в 11 т. – Киев: Наук. думка, 1970.

4. Русско-украинский словарь в 3-х т. – 3-е изд. – Киев: Глав. ред. УСЭ, 1987.

5. Украинско-русский словарь в 6-ти т. – Киев: АН УССР, 1958–1964.

Рецензент — З.Д.Попова.

Статья принята к печати 2.12.2007.

МУЗЫКА В ТВОРЧЕСТВЕ Д.ИГАНА

© 2007 А.Л. Савченко

Воронежский государственный университет

Музыка всегда играла и до сих пор играет большую роль в жизни и творчестве Д.Игана (р.1936) – видного современного ирландского поэта, автора 18 стихотворных сборников. Он любит слушать музыкальные записи, посещать концерты; наконец, он посвящает музыке стихи. Один из исследователей его творчества, шведский литературовед Л.Шёберг вспоминает, что "на вопрос о том, кто его любимые композиторы-классики, он без промедления ответил: Р.Штраус и Шуберт" [1, 64].

Д.Иган также, по его собственному признанию, в разговоре с автором этих строк сказал, что любит Баха, Моцарта, Бетховена, Чайковского, Рахманинова, Сибеллиуса и многих других композиторов XVIII-XX вв., а также джаз и фольклор разных стран, но особенно – ирландский.

Музыка постоянно присутствует в его подсознании, считает он, и, безусловно, влияет на его творчество.

Особое место в жизни поэта занимает джаз. Мы полагаем, следуя в своих рассуждениях за Б.Аркинсом, что в джазе Д.Игана привлекает "точный ритм и возможность постоянного экспериментирования" [2, 25].

Вспомним о том, что джазовая музыка изначально представляла собой синтез африканской и европейской культур, в котором полиритмичность, многократное повторение основного мотива и вариации на его тему, а также ярко выраженная экспрессивность приобрели большое значение. Открытость джаза для импровизации (сначала коллективной, а затем и сольной, в которой усиливается роль композитора-аранжировщика), насыщенность диссонансами, а главное – универсальность как способность не отторгать, а вбирать в себя новые формы, – все это оказалось очень притягательным для Д.Игана. Действительно, поэт в молодости увлекался джазом и любит его до сих пор. Он никогда не упускал случая вспомнить о великом джазовом музыканте Дюке Эллингтоне и всегда ценил американский и ирландский джаз.

Может быть, именно из джаза в поэзию Игана вошел особый внутренний ритм, являющийся стержнем стихотворения и придающий ему особое музыкальное звучание. В одном из посвященных Р.Штраусу стихов находим ясно ощутимый ритм:

"his fiìnal soìng
has roìom in it
for his coìuntry toìo
the meìlody
for aìll that faìlls
in an eìyeblink of eteìrnity" [3, 33],

что, как нам кажется, достигается с чередованием то одного, то двух ударных слогов в строке.

Разнообразие предпочтений в музыке (классика, фольклор, джаз) подталкивает поэта к эксперименту, что находит отражение в так называемом "двойном тексте" (duel text), образующем иногда двуголосие, а иногда – полифонию; в особом сочетании ударных и безударных слогов и т.п.

Д.Иган разделяет давно известное суждение о том, что музыкальное искусство – самое чувственное из искусств – способно пробуждать глубокие эмоции и непосредственно влиять на человеческую душу. Он полагает, что между музыкой и слушателем существует более тесная связь, чем между читателем и словесным искусством. Поэт также ценит в музыке то, что она (как, впрочем, и литература) вмещает в себя и жизнь, и смерть.

Об этом он очень убедительно написал в стихотворении "Музыка – зачем?" ("Music Why?"):

"драгоценная музыка
ты пульсация нашей жизни но и
дыхание ранней смерти
песнь о причинах и смысле" [4, 51].

В этом высказывании видится некая глубинная связь между Д.Иганом и Э.По во взглядах на поэзию и музыку. Как известно, американский поэт полагал, что именно музыка в сочетании

с мыслью делает поэзию искусством. Следует иметь в виду, что одним из важнейших качеств стихотворений Э.По была музыкальность. Он, конечно же, не уравнивал поэзию с музыкой, однако в музыкальности стиха он усматривал то огромное эмоциональное воздействие, которое поэзия должна оказывать на человека. Он также подчеркивал значение ритма для воспроизведения Красоты, которую обнаруживал в природе и культуре.

Можно предположить, что американского и ирландского поэтов при их огромном несходстве сближает и отношение к "тону" (термин Э.По) стихотворения, и строгая, иногда, на первый взгляд, "невидимая" продуманность стиля и интонации произведения, и стремление к целостности впечатления. Совершенно очевидно, что формула поэзии Э.По – "создание красоты посредством ритма" [5, 139] – важна для Д.Игана, так как ритм, а не рифма – один из основополагающих компонентов его техники письма.

Обращает на себя внимание и глубокое внутреннее соответствие поэтического строя многих стихов Д.Игана музыке, ярко выраженное как на уровне содержания, так и на уровне техники письма.

Здесь кажется уместным вспомнить, как размышления Д.Игана о взаимосвязи музыки и поэзии, о месте музыки в жизни человека и особенностях ее восприятия воплотились в его творчестве. Думается, отнюдь не случайно он посвятил музыке и ее интерпретации разными исполнителями два стихотворных сборника – "Прелюдии" ("Preludes", 1999) и "Музыка" ("Music", 2000).

В стихах о музыке он берет за основу латинское изречение "symphonialis est anima" ("гармония звуков есть душа") [4, 51], являющееся эпиграфом к стихотворению "Музыка – зачем?". Он, прежде всего, задается вопросом о назначении музыки и, отвечая на него, полагает, что она необходима, ибо способна "просветлять" и обогащать слушателя духовно.

Для Д.Игана музыка звучит повсюду, но прежде всего:

"... внутри тела
так же зависимая от наших чувств
как биение сердца" [4, 51].

Но все же музыка – нечто эфемерное, "бесплотное", живущее в наших воспоминаниях. Она – само движение, но может обнаружить себя и "по другую сторону тишины" [4, 51].

Музыка бесценна для поэта, и вопрос, вынесенный в заголовок произведения: "Музыка – зачем?", приобретает риторическое звучание и отпадает сам по себе.

Это стихотворение, как представляется, предваряет два упомянутых поэтических сборника и является ключевым для их интерпретации, ибо в нем представлено в лаконичной (характерной для Д.Игана манере) его понимание музыки.

Более того, в сборнике "Прелюдии" есть два эпиграфа: *"Не существует пессимистического искусства. Искусство утверждает жизнь"* (фраза, принадлежащая Ф.Ницше), и слова композитора М.Типпета, считающего, что, *"слушая музыку, мы становимся более полноценными людьми, несмотря на опасности, несовершенства и нестабильность повседневной жизни"* [3, 13].

Сразу же определив свое отношение к музыке, Д.Иган восхищается музыкальным искусством, любимыми композиторами буквально в каждом стихотворении этих двух сборников.

Так, в "Пении" ("Singing") он отдает должное голосу шведского тенора Юсси Бьорлинга, в котором слышится:

"...that voice
cooled pure of all the dross
and calm as the singer was not" [3, 52]

"холодная чистота
свободная от всякой тщеты
спокойствия
какого певец и не ведал"
(*пер. мой – А.С.*).

Все это, по мысли поэта, остается и в памяти людей, его знавших, и на его пластинках – для незнакомых слушателей.

У Д.Игана есть еще одно стихотворение – "Слушая Джона Маккормака" ("Listening to John McCormack"), – не вошедшее в эти сборники, опубликованное в 1990 г., посвященное знаменитому ирландскому тенору Джону Маккормаку и созвучное "Пению" и "Музыке – зачем?". Оно начинается с того, что поэт повторяет близкую ему мысль о том, что в музыке есть то, что свойственно и человеку, – и тело, и душа, и поэтому, внимая музыке, он слышит "не только чистую лирическую ноту" ("not only the pure lyric note") [6, 134], но и видит улицы своего родного города Атлона и реку Шеннон. Ему также вспоминаются его родители: мать, в лодке направляющаяся в школу, где она работала учительницей, и отец, в старомодной кепке сидящий за рулем машины со спущенным стеклом. Он перед своим мысленным взором видит и самого Маккормака, спешащего на концерт, что-то шепчущего про себя. Взгляд певца направлен в сторону концертного зала, где он выступал, туда, где сейчас его "бронзовый бюст смотрит на родные места" ("where his bronze looks homeword") [6, 134].

Как и все жители небольших государств, Д.Иган трепетно относится к выдающимся людям своей страны, коим он считал и Д.Маккормака. (Заметим в скобках, что на одной из фотографий

1988 г. поэт изображен рядом с памятником певцу в г.Атлоне).

Как и в большинстве творений Д.Игана, картина, им нарисованная, настолько ярка, что легко визуализируется в воображении читателя, и перед ним встают и персонажи, и те места, с которыми связаны они и их искусство.

Примечательно, что в стихах, посвященных музыке, мелькают имена Моцарта, Шуберта, Р.Штрауса и других композиторов. Но Д.Иган не только их упоминает – он подчас приближает их к современности и даже вступает с ними в диалог. Особенно показательно в этом отношении стихотворение "Микрокосмос" ("Microcosmos"), в котором фигурируют Барток, Сати, Р.Штраус и Шуберт. В первую очередь поэт обращается к Бартоку, отдавая дань уважения его колоссальному таланту:

"подари мне старый друг
твои ломанные аккорды
твои прихотливые гармонии

предпочитаю это многим симфониям" [4, 53].

Д.Иган вспоминает Э.Сати – французского композитора конца XIX – начала XX в., прославившегося своими фортепьянными пьесами. Поражают та искренность и простота, с которыми поэт "разговаривает" с композитором. По-видимому, в тот период времени он увлекался камерной музыкой, а не масштабными симфоническими произведениями. И у Э.Сати ему импонирует:

"его меланхолический шепот
что берет за душу скорее
чем монументальная музыка" [4, 53].

К Р.Штраусу у Д.Игана несколько другое отношение, хотя диалог с этим композитором продолжается в том же тоне, что с Бартоном и Сати:

«Рихард Штраус часто звонит мне
меня не трогает спокойный голос
его пьесы "Утро" что сыграют
на моих похоронах» [4, 53].

Стихотворение завершается упоминанием одного из самых любимых композиторов поэта – Шуберта, который, когда поэт слушает его произведения, "предстает (перед ним) без очков", т.е. обычным человеком, но гениально одаренным, и эта фраза как бы приближает музыканта к поэту.

Таким образом, в этом небольшом поэтическом сочинении представлен "микрокосмос" музыкальных предпочтений поэта в классике, а композиторы, вошедшие в этот круг, кажутся ему людьми необыкновенно одаренными, но простыми: в его изображении они с готовностью составляют ему компанию, о чем Д.Иган пишет с некоторой долей мягкой иронии.

Шуберту посвящено и стихотворение "Вблизи последней квартиры Шуберта". Оно, с одной стороны, является своеобразной жанровой зарисовкой и представляет собой описание посещения дома, в котором провел свои последние дни великий австрийский композитор, а с другой – сам факт внезапной смерти Шуберта от тифа придает произведению трагическую окраску.

Стихотворение изобилует деталями (что обычно не характерно для Д.Игана), которые призваны воссоздать дом, построенный в XVIII в., его старые ступеньки, перила, за которые, должно быть, держался Шуберт, поднимаясь наверх и сочиняя мелодии. Именно здесь он создал свой знаменитый "Квинтет":

"in there he completed the Quintet
tearing himself away from us
from his yearning for what passes
his goodbye as if he already
were the other side even of
the sad shadows the thirty one years
a few moments turning into a lifetime
before typhoid chopped it off" [3, 26]

"именно здесь он сочинил квинтет
отринув от себя все его окружающее
"Квинтет" был его прощанием с миром
как будто он уже находился где-то очень далеко
в печальных тенях
тридцать один год его жизни превратился
в несколько последних мгновений
прежде чем тиф унес его жизнь"
(пер. мой – А.С.).

В этих строчках чувствуется печаль поэта по поводу внезапно оборвавшейся жизни Шуберта, и его размышления грустны и серьезны. Затем даются вещные детали интерьера комнаты, где жил композитор, и на эти вещи (a desk, wall papers, his long narrow fortepiano и т.п.) поэт смотрит благоговением.

Без Шуберта, хотя его присутствие и ощущается имплицитно, дом кажется пустым, а его углы – мертвыми. И поэт с горечью изрекает достаточно банальную, но правдивую фразу: "oh our houses stay longer than people" [3, 27].

Свою экскурсию по дому Шуберта Д.Иган называет "путешествием, которое заняло бы целую вечность" ("my pilgrimage took an age") [3, 27].

Во время своего паломничества поэту удалось посидеть под деревьями в арке, где бьет небольшой фонтан в виде головы собаки и где плетенные, как кружева, крыши уходят в высокое недосягаемое небо, и тут он увидел взгляд композитора:

"and that look he never tried to explain" [3, 27]

"взгляд, который тот никогда не пытался объяснить"

(*пер. мой – А.С.*).

Хотя это стихотворение может восприниматься как жанровая сценка, оно является еще одним свидетельством любви поэта к Шуберту. Сначала кажется, что больше внимания в нем обращено на чисто внешние приметы жизни великого творца – дом, лестница, фортепьяно и т.п., но в нем будто исподволь звучит музыка – смысл жизни Шуберта.

Особое место в сборнике "Прелюдии" занимает "Прелюдия" ("Prelude") с посвящением Хансу Палссону – известному шведскому пианисту. Композиционно она разделена на семь частей, каждая из которых пронумерована римскими цифрами и представляет собой по жанру sequence, который Д.Иган всегда мастерски использует.

Вот описывается зрительный зал, дышащий ожиданием, в котором:

"пустота кресел
заполнилась толпой" [4, 53].

Наконец, появляется сам музыкант:

"лохматые волосы пухлые губы
напряженные плечи
нога на педали
когда он склоняется над этим
величественным черным инструментом
готовый взять власть над молчащим залом" [4, 53].

Цель пианиста, как явствует из стихотворения, "заманить его (зал) в музыку" [4, 53], и зал покоряется Палссону. Слушатели переживают счастливые мгновения, когда внутренне собравшись, музыкант "привычным быстрым жестом кладет руки на клавиши и позволяет себе утонуть в глубинах шубертовского "Экспромта" [4, 57]. Заметим, кстати, что описывать музыку в стихах, а не слушать ее – достаточно трудно. Немногим это удается. Однако Д.Иган, как нам представляется, преуспел в осуществлении этой задачи. В стихотворении II, к примеру, он завораживает читателя так же, как Палссон – слушателя, а так как в роли лирического героя, воспринимающего игру великого пианиста, выступает сам поэт, то воздействие его строк кажется еще более впечатляющим:

"я узнаю силу
внезапную цельность
которая охватывает музыку так
что звуки сливаются в арпеджио
как души – в человеческий род" [4, 57].

Музыка становится настроением, "глотком воздуха" [4, 57], и человек растворяется во Вселенной, приобщаясь к вечности:

"и твоя игра уже не просто игра
это плач она элегия
для каждого в онемевшем зале" [4, 59].

И здесь поэт (уже в который раз) проводит мысль о том, что музыка рассказывает о жизни и смерти:

"смерть в рождении
адажио в жизни" [4, 59].

Надо отметить, что мелодии Шуберта лейтмотивом проходят через все произведения поэта, посвященные музыке. Так, в стихотворении III пианист опять играет любимого Д.Иганом Шуберта. Палссон, как, впрочем, и любой музыкант, представляется связующим звеном между композитором и слушателем. Однако можно предположить, что Палссон разделял мнение великого русского пианиста С.Рихтера, полагавшего, что музыкант является, в сущности, исполнителем воли композитора, приподнимающим завесу над истинным смыслом произведения. Как пишет поэт, когда Палссон касается клавишей, оживают "быстро промчавшиеся годы жизни Шуберта, и жизни пианиста, и нашей собственной жизни" [3, 18], и открываются такие глубины человеческой души, для которой не нужны слова, и только звуки "обжигают друг друга... в поисках чего-то вечного" [3, 18] (*пер. мой – А.С.*).

Стихотворение кончается пронзительными строчками, в которых эллипсис (в данном случае пропуск глагола *to be*) усиливает впечатление

"listen and know
how lonely the soul
how it is" [3, 18]

"слушай и знай
как одинока душа
как она одинока"
(*пер. мой – А.С.*).

Для Игана Палссон принадлежит к тем немногим избранным музыкантам, которые, по мнению поэта, помогают слушателям прикоснуться к вечным ценностям. Он – музыкант, полностью владеющий залом, умеющий правильно расставить акценты, исполнить волю композитора и влиять на настроение слушателей. Его музыка – "великое искусство" ("great art") [4, 63]. Д.Иган сравнивает игру Палссона с игрой величайших пианистов – Микельанджели и Рубинштейна, умевших завораживать публику своим мастерством и вдохновенным исполнением классики.

Для достижения соответствующего эффекта и сам поэт использует отшлифованный им во многих стихах художественный прием – "двойной текст" (например, в стихотворении IV), что, как обычно в таких случаях, придает стихам полифоническое звучание, так как максимально приближает поэзию к музыке.

Любопытно отметить, что в обоих текстах интерпретируются как будто разные темы: в основном, расположенном слева, – рассуждения о музыке и ее исполнителе, во вспомогательном – описание внешности музыканта, и его качеств:

основной текст (напечатанный обычным шрифтом)

“ты не позволяешь себе как ленивый актер
ограничиться только техникой
той легкостью которая
бессмысленна
и неглубока как нажатая клавиша

...а другие используют мастерство
только как средство
истинный маэстро
платит полную цену
потому что на пути к истине
*нельзя срезать углы” [*4, 61],

и текст вспомогательный (напечатанный курсивом и помещенный справа)

“у тебя лицо шведа
твое тело твои волосы викинга
твоя серьезность
уводящая тебя в музыку
удерживает ее энергию” [4, 61].

Но и в этот текст, в котором представлен внешний облик пианиста, врывается музыка:

“твой взгляд пронзает
дымку звуков
твой голос звенит как струна
в твоих пальцах
живет ритм” [4, 61].

Таким образом, художественно-изобразительный прием “двойного текста”, который Д.Иган начал использовать еще в 1983 г. в сборнике “Двойное видение”, можно сравнить, как это удачно делает Л.Шёберг, с впечатлением от разглядывания какого-либо предмета в бинокль, когда два его окуляра по-разному настроены, и человек смотрит одновременно на два разных объекта. С одной стороны, целое разделяется на части, а с другой – части сливаются воедино, однако достигнуть этого слияния крайне сложно. Реципиент не может читать сразу два текста, и тут возможны варианты: сначала читать текст, расположенный слева, затем – вспомогательный; можно читать строчку из текста слева и справа подряд, но в этом случае труднее следить за смыслом. Тем не менее, двуголосие сохраняется и цель поэта оказывается реализованной: музыка не только описывается – она в самой структуре стиха.

По количеству строк основной и вспомогательный тексты не всегда совпадают – вспомогательный обычно короче основного, но, тем не менее, как, например, в стихотворении IV своим содержанием, выраженном в лаконичной форме, он усиливает смысл основного:

“ты насыщаешь не как любовник
отдающий всего себя
метафизик исполняющий
обратную фугу
не замедляя темпа
приключение открытие
когда на карту поставлено все” [4, 61];

и вспомогательный:

“твой голос звенит как струна
в твоих пальцах
живет ритм
и этим ты силен” [4, 61].

Поэту в этой полифонии текстов удается показать накал напряжения духовных и физических сил, “когда на карту поставлено все”, и музыкант завораживает людей своей игрой и “ведет их к истине”, но

“...лишь немногие
столь немногие
могут проводить нас к ней” [4, 61].

Игра Х.Палссона для Д.Игана – “вечно современное великое искусство” [4, 63]:

“нет границ для
этой яростной музыки
пока одухотворенные пальцы
не остановятся не успокоятся
не поднимутся вверх в
этом завершенном жесте
в слабом подобии смерти
в размышлении” [4, 61].

В “Эпилоге” (стихотворение VII) подводится итог не только рассуждениям, но и чувствам поэта, которые он испытывает, слушая Палссона, и на его концертах, и на CD.

“so let me wait again
“так позволь мне снова
in the imagine theatre
в воображаемом театре

for you to play
своей игрой
uncover my own
открыть мою собственную
sadhappy music” [3, 23]
печально-счастливую музыку”

(*пер. мой – А.С.*).

Этими словами в возвышенно-поэтическом тоне начинается это стихотворение.

Д.Иган подчеркивает, что музыка в исполнении шведского пианиста разрушает преграды между людьми, уничтожает все незначительное, маловажное, тщетное и приобщает душу слушателя к высшим сферам искусства.

Повторение в начале 1, 4, 5, 6 и 7 строф словосочетания “so let me” и “let me”, а также наречия “again” концентрирует внимание читателя на рецепции музыки в исполнении Палссона и отклике на нее:

“let me again
be taken by that
slow heartbeat of chords

until everything coheres
and sound is flooded turns radiant" [3, 23]

"позволь мне снова
быть захваченным этими
раздирающими душу аккордами

до тех пор пока музыка не
превратится в водопад звуков"
(*пер. мой – А.С.*).

Видимо, Палссону удается настолько глубоко проникнуть в "истинный смысл сочинения", так передать "its resonances tones and overtones" [3, 23], выявить "its deep secret" [3, 23], что без его исполнительского искусства "невозможно жить полной жизнью" ("we cannot fully live without it") [3, 24]. Поэтому вполне понятно, почему поэту хочется

"...hear again those
opening notes that open us
lead us to where

thinking feeling body and soul
are coaxed awhile together" [3, 24].

«...слушать вновь и вновь те
вступительные ноты которые "открывают" нас
ведут нас туда где
мысли и чувства тело и душа
на мгновение сливаются воедино» (*пер. мой – А.С.*).

В финале стихотворения выражены слова благодарности Палссону, которому аплодирует весь мир:

"let me too
say thanks" [3, 24],

и во всеобщее восхищение вливается признательность Д.Игана, считающего пианиста "compelling necessary artist of our noisy time" [3, 24] ("неотразимым и очень необходимым нашему суетному времени") (*пер. мой – А.С.*).

Так, с помощью отдельных зарисовок создается портрет пианиста, запечатлевший Палссона в различные моменты творческой жизни этого "виртуоза эмоций" [3, 63].

Поэт продолжает тему музыки и в других стихотворениях сборника "Прелюдии", и в них фигурирует Р.Штраус, вернее, его "Четыре последние песни".

Д.Иган ранним утром слушает запись этого сочинения композитора, ветки деревьев стучатся в окно, и музыка заставляет его вспомнить детство, когда он, маленький мальчик, держась за руку кого-то из взрослых, шел к воскресной мессе. Поэт сожалеет о прошлом, которого уже не вернешь, и это сожаление и связанное с ним настроение здесь исключительно уместны.

Как это часто бывает в поэзии Д.Игана, он приводит одну строку на иностранном языке, в данном случае – немецком, из стихотворения романтика И. фон Эйхендорфа "Im Abendtrot": "Wie sind war wanderm de" ("Как мы устали от странствий"), и появление иностранного текста способствует созданию двуголосия, что в этом плане роднит стихи Д.Игана с музыкальными произведениями, и подтверждается финалом:

"the branches are moving
in time with music" [3, 30].

"и ветки шевелятся
в унисон музыке" (*пер. мой – А.С.*).

В следующем стихотворении Д.Иган – в Мюнхене, на родине композитора. При создании образа Р.Штрауса поэт следует все той же стратегии – с помощью как будто бы бытовой зарисовки углубить представление о великом творце, расширив его первоначальное содержание. Он показывает Р.Штрауса у инструмента, делающего пометки в нотах карандашом (мы вновь отмечаем внимание Д.Игана к деталям, имеющим значение для характеристики лирического героя), а недалеко от дома слышится пение, и имплицитно звучит мотив вечно прекрасной музыки, которой восхищаются люди.

В стихотворении III "Morgen" утро навевает воспоминания о свадебной песне, а также о быстротечности жизни, уносящей молодость.

Стихотворение IV рассказывает о "последней песне" ("his final song")[3, 33], сочиненной Р.Штраусом, о мелодии, которую выводит голос, по-видимому, то сопрано, о котором уже упоминалось в предыдущем стихотворении.

Вскоре, однако, мелодия постепенно умолкает и наступает время для "печального оркестра" ("the sad orchestra") [3, 33], звуки которого сопровождают человека в последний путь.

В стихотворении V сохраняется та же лирическая тональность, что и в IV[м]. Поэт сравнивает Р.Штрауса с восьмидесятилетним Софоклом (ибо, по его мнению, они близки по каким-то глубинным основам мироощущения, когда человек начинает постепенно осознавать приближение конца жизни, однако все еще пытается задержать в памяти мгновения любви и привязанности, которые ему довелось пережить на своем веку). Но, увы, у Р.Штрауса *свои* часы, показывающие отпущенное *ему* время, и он "умирает вместе со старыми друзьями" ("dying with old friends") [3, 34].

Эти строки, помещенные во вспомогательном тексте, который, как обычно, набран курсивом и, очевидно, призван, с одной стороны, показать духовную общность греческого философа и двух

немецких композиторов – Шуберта и Р.Штрауса – в их понимании финала человеческой жизни, а с другой – связь между категориями прекрасного в природе (отблеска захода солнца, движущегося луча света ("the far glow of sunset, the morning light") [3, 34], и в музыке.

Заканчивая цикл стихотворением VI "September" ("Сентябрь"), Д.Иган еще раз обращается к природе и сопрягает с ней простые мелодии:

"that French chorn
is memory itself
of so much
a life time
gone not gone" [3, 35]

"тот французский рожок
являет собой память
о жизни
ушедшей или еще нет"
(*пер. мой – А.С.*).

Поэт акцентирует мысль о том, что Р.Штраус пытается не превратить свою прощальную песнь в жалобу, и поэтому ее последние аккорды предназначены для слушателей (для нас – "for us") [3, 35] и сочиняет он их еще до того, как в последний раз пройдет по осеннему "уставшему" саду.

Словосочетание "the tired garden" перекликается с фразой из стихотворения V "How weary", и таким способом в стихи вписываются грустные, пожалуй, даже трагические ноты, связанные с процессом сочинения музыки

"a vocalist was shocked to
catch him weeping in
performance
to himself of course" [3, 34]

"певец был потрясен
увидев его неслышно рыдающим
на концерте"
(*пер. мой – А.С.*)

и таинством творчества.

Тенденция слияния музыки с природой проявляет себя и в стихотворном цикле "Music and Still Lives" ("Музыка и натюрморты"), в которых в качестве основных персонажей фигурируют уже музыканты XX века: аккордеонист Джо Кули, саксофонист Стив Ленси, тенор Юсси Бьорлинг и др. Эпиграфы "Ирландская музыка – единственная на свете, способная привести людей в чувства" (Д.Кули) и "Без музыки этот мир ровно ничего не стоит" (Т.Монк) [4, 37] настраивают читателя на восприятие современной Д.Игану музыки и ее исполнителей. Поэт делится воспоминаниями о встречах с упомянутыми выше музыкантами, говоря о том, что каждое их выступление звучит по-разному, хотя они играют, следуя традициям кельтской народной музыки (стихотворение "Bar Session"). Используя старинный барабан (Д.Иган вкрапляет в текст исконно ирландское название этого инструмента – "bowran"), музыкант-ударник исполняет мелодию так зажигательно, что музыка и особенно ее ритм надолго остаются в памяти слушателей.

Среди двенадцати стихотворений цикла выделяется одно, посвященное Джо Кули (1924 – 1973), наполненное горечью утраты рано умершего аккордеониста и композитора из графства Голвэй. Д.Игану представляется, что Ирландия не очень дорожит такими талантами, какими обладал Кули:

"Ireland ... never cared
enough to hold him at home" [4, 47]

"Ирландия никогда не заботилась о том
чтобы удержать его на родине"
(*пер. мой – А.С.*).

И хотя поэт, по его собственному признанию, объехал почти все города не только своей родины, но и Соединенных Штатов Америки, где играл Д.Кули, он везде чувствовал благотворные, просветляющие и целительные воздействия произведений этого выдающегося аккордеониста.

Примечательной чертой стихов "Music and Still Lives" является фиксация тесной взаимосвязи музыки и природы, т.е., если можно так выразиться, застывшего в живописи или в жизни и воспроизведенного в стихах пейзажа. Показательно в этом плане стихотворение, давшее название циклу "Music and Still Lives". Поэт опять рисует своеобразную жанровую сценку, участниками которой являются он сам и его маленькая дочка Беб. Он слушает на диске "Реквием" Моцарта. Беб – за столиком с книжкой, одной рукой подпирает подбородок, а отец, ошеломленный музыкой Моцарта, сидит, не шелохнувшись. Так Д.Иган создает то, что сам называет "still life".

Все это происходит в основном тексте, а в вспомогательном описывается сад за окном комнаты, где поэт слушает "Реквием", а там летает маленькая птичка, "потерявшаяся в лете" ("lost in the summer") [3, 48], вокруг цветут боярышник и вишни, уже начинающие терять свои соцветия, и в душе поэта только одно слово, которое посылают ему природа и музыка – "жди" ("wait").

Думается, что в этом стихотворении, являющимся ключевым в толковании всего цикла, теснейшим образом переплетаются бессмертная, несмотря на трагическое звучание "Реквиема", музыка Моцарта, вечно живая природа, и люди, внимающие музыке и являющиеся неотъемлемой ее частью.

Д.Иган персонифицирует музыку и в стихотворении "Music Can be a Person" ("Музыка может

быть человеком"), ибо, как предполагает автор, каждый композитор (а он, в частности, говорит о Шуберте), "выбитый из колеи времени" [4, 47], становится нашим современником, так как великие творцы затрагивают вечные темы и могут быть понятыми людьми разных эпох и поколений.

Таким образом, мы может сделать вывод о том, что музыка имеет огромное значение в жизни поэта: поддерживает его в трудные минуты, дает силы пережить трагические (недаром моцартовский "Реквием" не единожды упоминается в его стихах), оттеняет чувства дружбы и любви; игра выдающихся музыкантов вызывает восторг и заставляет высоко парить душу, а народная ирландская музыка становится постоянной составляющей его жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Sjőberg L. Desmond Egan's Stance //Desmond Egan. The Poet and His Work. – Orono: Northen Lights, 1990. – P.63-74.

2. Arkins B. Desmond Egan. A Critical Study / B.Arkins. – Little Rock: Milstone Press, 1991. – 142 p.

3. Egan D. Music / D.Egan. – Newbridge: The Goldsmith Press Ltd. – 60 p.

4. Иган Д. Избранное = Egan D. Selected Poems / Д.Иган. – Воронеж: Родная речь, 2000. – 115 с.

5. Эстетика американского романтизма. – М.: Наука, 1977. – 366 с.

6. Egan D. Echoarches / D.Egan. – Leuvense Schrijversaktie, 1990. – 187 p.

Рецензент – В.В. Хорольский

Статья принята к печати 14.12.2006

ТИПЫ МОДУЛЯЦИОННЫХ СЕМАНТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ ДРЕВНЕРУССКИХ ГЛАГОЛОВ ВОСПРИЯТИЯ

© 2007 И.А. Сафонова

Волгоградский государственный университет

Специфику современных лингвистических исследований определяет антропоцентрический подход к языку. Проблема человеческого начала в языке в последние десятилетия стала одной из центральных проблем языкознания, что способствует изменению доминанты лингвистической парадигмы [7, 6]. В связи с этим в работах лингвистов возрастает интерес к изучению лексики, отражающей особенности восприятия человеком информации об окружающем мире.

Среди лексических средств, эксплицирующих процесс восприятия в языке, одним из важнейших являются глаголы восприятия. Данные языковые единицы достаточно подробно описаны в аспекте синхронии: глаголы восприятия изучаются с точки зрения их места в лексической системе [2; 10; 11; 15]; рассматривается их функционирование в современных художественных текстах [12; 19], взаимодействие с глаголами, относящимися к другим лексическим подсистемам [4]; глаголы восприятия исследуются в аспекте словообразования [21]; анализируется их роль в формировании языковой картины мира [5; 18].

Однако многие вопросы остаются дискуссионными. Особенно это касается изучения глаголов восприятия в историческом аспекте. Исследования, посвященные их изучению в диахронии, единичны. Так, в работах В. В. Бенке при анализе ситуаций различных типов, получивших отражение в житийных текстах XII – XIII вв., выявляются особенности употребления причастий с семантикой восприятия, взаимодействующих в контексте с глагольными предикатами [1]. В исследовании Е. В. Глинки глаголы восприятия рассматриваются во взаимодействии с глаголами мышления и говорения, при этом автор строит свою работу лишь на материале исторических словарей русского языка [3]. Работы, где дается комплексная характеристика глаголов восприятия с учетом функционирования их в тексте, отсутствуют.

Цель нашего исследования состоит в выявлении особенностей употребления глаголов восприятия в памятниках письменности XI – XIV вв. и установлении типов модуляционных семантических изменений в смысловых структурах глагольных словоформ.

Перспективным при рассмотрении языковых фактов представляется комплексный подход, предложенный в работах С. П. Лопушанской [6, 5-19; 9, 79-85], при котором анализу подвергаются внутренняя системная организация языковых единиц, парадигматические и синтагматические отношения на различных языковых уровнях, особенности функционирования в контексте.

Существенным для нашего исследования является разграничение ***семантической структуры слова*** и ***смысловой структуры словоформы***.

Под ***семантической структурой*** слова понимается «единство взаимодействующих разноуровневых значений, организованных в пределах отдельного слова определенным способом в соответствии с системой данного языка и с закономерностями функционирования этой системы в речи (в тексте)» [6, 5]. ***Смысловая структура*** – это структура словоформы, функционирующей в контексте [9, 83-84]. Семантическая структура рассматривается как иерархия, вершиной которой является категориально-лексическая сема, конкретизируемая семами различного уровня абстракции (интегральными, дифференциальными).

Изучение глаголов восприятия осуществляется с учетом семантических изменений в смысловой структуре словоформы: ***семантической модуляции*** и ***семантической деривации***.

Семантическая модуляция определяется как процесс перегруппировки разноуровневых признаков в смысловой структуре слова при сохранении категориально-лексической семы; ***семантическая деривация*** – это процесс, приводящий к разрушению категориально-лексической семы, образованию новых лексических единиц, входящих в другие лексико-семантические группы [8, 22-23].

При описании специфики функционирова-

Семантическая и смысловая структуры глаголов
видѣти, **гл҃дати**, **гл҃дѣти**, **зьрѣти**, **съмотрѣти**
с категориально-лексической семой ‘зрительное восприятие’

Табл.1

Семантическая структура		Смысловая структура				
ИС	ДП	**видѣти**	**гл҃дати**	**гл҃дѣти**	**зьрѣти**	**съмотрѣти**
Характер субъекта	одушевленность	+	+	+	+	+
	неодушевленность	–	–	–	–	–
	конкретность	+	+	+	+	+
	абстрактность	–	–	–	–	–
	активность	–	+	+	(+)	+
	пассивность	+	(+)	–	+	–
Характер объекта	конкретность	+	+	+	+	+
	абстрактность	–	–	–	–	–
Характер протекания процесса	преднамеренность	–	+	+	(+)	+
	непреднамеренность	+	(+)	–	+	–
Направление взгляда	на объект в целом					
	поочередно на все объекты	+	+	–	+	+
	вверх	–	(+)	–	–	–
	вниз					
	назад	–	–	–	(+)	–
	в какую-либо сторону	–	–	–	(+)	–
		–	–	–	(+)	–
		–	(+)	+	(+)	–
Эмоционально-оценочное отношение	позитивное отношение	(+)	–	–	–	–
	негативное отношение	–	–	–	(+)	–

Примечание. В таблице символом «+» обозначается наличие признака, символом «–» обозначается отсутствие признака, знак «(+)» обозначает наличие модуляционного семантического признака.

ния глаголов восприятия в текстах памятников письменности XI – XIV вв. принципиально важным становится сформулированное в работах С. П. Лопушанской положение о доминировании в древнерусском языке конкретно-пространственных представлений славян средневековья, связанных с особенностями познания реальной действительности, своеобразием осознания места человека в мироздании, с уровнем его практической деятельности. Такое мышление отличалось от доминирующего в более поздний период абстрактно-пространственного восприятия мира [8, 24].

3. Основные тенденции в употреблении анализируемых языковых единиц показаны на примере бесприставочных глаголов зрительного восприятия **видѣти**, **гл҃дати**, **гл҃дѣти**, **зьрѣти**, **съмотрѣти**. Исследуемый материал, извлеченный методом сплошной выборки из памятников письменности различной жанровой отнесенности, рассматривается как единый массив фактов, позволяющий охарактеризовать особенности функционирования названных глагольных лексем. За единицу лингвистического описания принимается глагольная словоформа, функционирующая в высказывании, равном предложению.

У глаголов **видѣти**, **гл҃дати**, **гл҃дѣти**, **зьрѣти**, **съмотрѣти** в качестве категориально-лексической установлена сема ‘зрительное восприятие’. Реконструкция семантической и смысловой структур осуществляется на основе анализа употребления, сочетаемости, синонимических и антонимических отношений изучаемых глагольных лексем, а также с привлечением данных исторических и этимологических словарей русского языка. Результаты реконструкции отражены в таблице 1.

Бесприставочные глаголы **видѣти**, **гл҃дати**, **гл҃дѣти**, **зьрѣти**, **съмотрѣти** реализуют категориально-лексическую сему ‘зрительное воспри-

ятие', которая конкретизируется интегральными семами (ИС) 'характер субъекта', 'характер объекта', 'характер протекания процесса', 'направление взгляда', 'эмоционально-оценочное отношение', реализующимися с помощью различных дифференциальных признаков (ДП).

Как показывает анализ материала, наиболее частотны в древнерусских текстах глаголы **видѣти** и **зьрѣти** .Прямое значение данных глаголов можно определить как «видеть, воспринимать зрением» [16, I, 420; III, 433], например: **излѣзъше братиа ти видѣша преподобьнааго игоумена своего сѣкоуща дрѣва и тако троужающа сѧ** (ЖФП XII, 42в) [22]; **зрѧше Никола чернецъ близь корабля идуща сⷮго Николу великаго чюдотворца** (Ч. Николы, IV, 2).

В этих типовых контекстах субъект восприятия выражен существительными , **братиа**, **Никола чернецъ** и может быть охарактеризован как одушевленный, конкретный, пассивный. В функции объекта используются конкретные одушевленные имена существительные **игоуменъ** и **Никола**. Процесс зрительного восприятия, обозначаемый в контексте глагольными словоформами **видѣша** и **зрѧше**, является непреднамеренным, при этом взгляд субъекта направлен на объект в целом, что эксплицируется сочетанием рассматриваемых словоформ с существительными в форме Вин. п. без предлога (**видѣша... игоумена**; **зрѧше... Николу**).

Для древнерусских глаголов **глѧдати** и **съмотрѣти** прямым является значение «глядеть, смотреть» [16, II, 334; 17, III, 751], например: **оу҃лвкъ въ лице глѧдаютью а бⷣ ср҃дце видить** (СбТр XII/XIII, 117 об.); **wни же рѣша тако ходихом въ Болгары • смотрихомъ како сѧ покланѧють въ храмѣ рекше в ропати** (ЛЛ 1377, 37).

В данных контекстах субъект восприятия выражен одушевленным именем существительным (**оу҃лкъ**) и местоимением (**wни**). В обоих случаях субъект можно охарактеризовать как одушевленный, конкретный, активный. Объект восприятия при глаголах **глѧдати** и **съ мотрѣти**, функционирующих в прямом значении, эксплицируется конкретным именем существительным (**въ лице**) и придаточным предложением (**како сѧ покланѧю ть въ храмѣ**). Процесс восприятия, обозначаемый словоформами **глѧдаютъ** и **смотри хомъ**, является преднамеренным, взгляд воспринимающего субъекта направлен на объекты в целом. В первом из приведенных контекстов это подчеркивается использованием глагольной словоформы в сочетании с предложно-падежной формой существительного (**въ лице**). Во втором случае преднамеренность процесса восприятия, эксплицируемого глаголом **съмотрѣти**, подтверждается данными более широкого контекста, в котором описывается ситуация «испытания вер». Для глагола **глѧдѣти** прямым является значение «глядеть, смотреть» [16, II, 334; 20, 6, 123], например: **талантъ сребра w(т)даси. и бъı(с) тако рабъ твои глѧдашє сѣмо и овамо и сє кго нє бъıсть** (ПНЧ к. XIV, 8а). В приведенном типовом контексте субъект восприятия выражен существительным **рабъ** и может быть охарактеризован как одушевленный, конкретный, активный. Процесс восприятия можно определить как преднамеренный. Отличительной особенностью рассматриваемого глагола является отсутствие при нем объекта восприятия, поскольку интегральная сема 'направление взгляда' конкретизируется дифференциальным признаком «в какую-либо сторону», что контекстуально подчеркивается использованием глагола **глѧдѣти** в сочетании с наречиями пространственной семантики **сѣмо и овамо**. Такое употребление является для данного глагола регулярным, по-видимому, в период XI – XIV вв. исследуемый глагол использовался преимущественно в устойчивых конструкциях.

Древнерусские глаголы восприятия, функционируя в тексте, претерпевают ***модуляционные*** или ***деривационные*** семантические изменения, на базе которых формируются переносные значения. В данной статье рассматриваются только случаи семантической модуляции; деривационные семантические изменения в смысловых структурах глагольных словоформ со значением восприятия рассматривались в наших предыдущих работах [13, 129-132; 14, 530-534].

Анализ употребления глаголов **видѣти**, **глѧдати**, **глѧдѣти**, **зьрѣти**, **съмотрѣти** в памятниках письменности XI–XIV вв. позволил установить, что глаголы **глѧдѣти** и **съмотрѣти** используются преимущественно в прямом значении, тогда как глаголы **видѣти**, **глѧдати** и **зьрѣти** претерпевают модуляционные семантические изменения при сохранении категориально-лексической семы 'зрительное восприятие'. Установлено ч е т ы р е типа семантической модуляции в смысловых структурах глаголов восприятия.

П е р в ы й тип модуляционных изменений характеризуется перегруппировкой семантических признаков, при которой нейтрализуются одни и актуализируются другие дифференциальные признаки, реализующие ту же интегральную сему. Такой тип семантической модуляции характерен для глагола **зьрѣти** и наблюдается при реализации коррелирующих интегральных сем 'характер субъекта' и 'характер протекания процесса'. Древнерусский глагол **зьрѣти** мог употребляться в значении «смотреть, направлять взгляд на что-л.», например: **помолїсѧ гл҃ѣ зрѧ на икону на wбразъ Влⷦчнь** (ЛЛ 1377, 46); **зрите на бо҃лишь ону. како сѧ глумить. къ стѣнѣ повѣсти дѣѧ. несмъıслѧ**

(ЖАЮ, 2222). При использовании глагола pmh4nb в подобных контекстах в его смысловой структуре нейтрализуются ДП «пассивность», конкретизирующий ИС ‘характер субъекта’, и ДП «непреднамеренность», реализующий ИС ‘характер протекания процесса’. В приведенных примерах интегральная сема ‘характер субъекта’ конкретизируется дифференциальным признаком «активность», а интегральная сема ‘характер протекания процесса’ – дифференциальным признаком «преднамеренность». Контекстуально это подтверждается сочетанием глагольных словоформ с предложно-падежными формами существительного и субстантивированного прилагательного (**на икону, на бо҃лишь**). Глагол **зьрѣти**, функционирующий в указанном значении, становится синонимом глагола **съмотрѣти**.

Модуляционные семантические изменения первого типа наблюдаются в смысловой структуре глагола **глѧдати** при реализации интегральной семы ‘направление взгляда’, когда нейтрализуется ДП «на объект в целом» и актуализируется ДП «поочередно на все объекты», например: **шьдъ папа въ цр҃квь. и наѵа глѧдати по всѣмъ чл҃вкомъ моужа сего** (ЧудН XII, 76а). Контекстуальным уточнителем этого дифференциального признака является предложно-падежная конструкция gj + Дат. п. мн. ч., употребляющаяся «при указании на ряд однородных предметов, лиц, мест, отрезков времени, с которыми связано одно и то же действие» (16, VI, 444).

Второй тип модуляционных изменений связан с взаимозаменой дифференциальных признаков в рамках одной ИС и нейтрализацией какой-либо другой интегральной семы. У глаголов зрительного восприятия такой тип семантической модуляции обнаруживается при реализации ИС ‘направление взгляда’. В смысловой структуре глагола **зьрѣти** данная интегральная сема может конкретизироваться дифференциальным признаком «вниз», например: **ономоуже сѣдъшю и ниѵьсо же въкоуси отъ брашьна · пребываашє ниѵа и долоу зрꙗ** (ЖФП XII, 34в). Этот дифференциальный признак эксплицируется использованием наречия **долоу** (= вниз). В некоторых контекстах ИС ‘направление взгляда’ реализуется с помощью ДП «назад», например: **никтоже въ ложь роукы своѥꙗ на рало. и зьрѧ въспѧть. оуправлѥнъ ѥсть въ ц(с)рство божиѥ** (ЕвМст до 1117 г., 92б Л. IX). Актуализация дифференциального признака «назад» подтверждается использованием глагольной словоформы **зьрѧ** в сочетании с наречием **въ спѧть** (= назад). В ряде случаев в смысловой структуре глагола **зьрѣти** реализуется ДП «вверх», например: **ѵто стоите зрѧще на н҃бо** (КТур XII сп. XIV, 51). Контекстуальным уточнителем данного дифференциального признака является предложно-падежная форма существительного, которое обозначает пространство, находящееся выше человека (**на нєбо**).

У глаголов **глѧдати** и **зьрѣти** интегральная сема ‘направление взгляда’ может реализоваться с помощью дифференциального признака «в какую-либо сторону», например: **ѵьто ради на въ стокъ зьрѧште молимъ сѧ** (КЕ XII, 6а); **семо и овамо глѧдаше. ища видѣти старца** (Пр 1383, 15а). Контекстуально данный дифференциальный признак уточняется существительными **въ стокъ**, **западъ**, обозначающими стороны света, наречиями пространственной семантики **семо** (= сюда) и **овамо** (= туда).

Конкретизация ИС ‘направление взгляда’ дифференциальными признаками «вниз», «назад», «вверх», «в какую-либо сторону» приводит к нейтрализации ИС ‘характер объекта’.

Третий тип модуляционных изменений связан с нейтрализацией нескольких интегральных сем в смысловой структуре глагольной словоформы. Так, у глаголов зрительного восприятия ИС ‘характер субъекта’ может быть конкретизирована ДП «одушевленность», «конкретность», «пассивность», а интегральные семы ‘характер объекта’, ‘характер протекания процесса’, ‘направление взгляда’ не реализуются. Модуляционные изменения этого типа отмечаются при функционировании глаголов **видѣти**, **глѧдати**, **зьрѣти** в значении «иметь зрение, обладать способностью зрения», например: **и абиѥ отъпадоу строупи ѡт оѵию ѥго и цѣлъ бы҃с · глѧдаꙗже видѣ** (Усп. сб., 126в); **тъгда приведоша къ нѥмоу бѣсѧща сѧ слѣпъ и нѣмъ. и исцѣли и. ꙗко слѣпыи и нѣмыи гл҃аашє и глѧдаашє** (ЕвМст до 1117, 37а Мт. XII); **лѵѵє єсть завистьника слѣпєць сєи бо аще и свѣта нє видить, то понє истинѵ ѵмомъ видить, а сь зрꙗ истины нє видить** (Ис. и Вар., 11). Значение, формирующееся в результате семантической модуляции, актуализируется в контексте указанием на предыдущее состояние субъекта, не имевшего способности видеть (**слѣпъ**), и подробным описанием действий, вследствие которых субъект обретает способность зрительного восприятия (**отъпадоу строупи ѡт оѵию ѥго**; **исцѣли и**). В последнем примере обобщенного характера указанное значение, свойственное глагольной словоформе **зрꙗ**, актуализируется противопоставлением человека, не имевшего способности воспринимать зрением (**слѣпєць**), человеку, обладающему такой способностью (**завистьникъ**).

Во всех приведенных контекстах при характеристике способности зрительного восприятия интегральные семы ‘характер объекта’, ‘характер протекания процесса’, ’направление взгляда’ перестают быть релевантными, так как актуальным становится указание на способ-

Количественная представленность глаголов зрительного восприятия с категориально-лексической семой ‘зрительное восприятие’ (в абсолютном выражении и в долях)

Табл.2

Смысловая структура \ Глаголы	видѣти	глѧдати	глѧдѣти	зьрѣти	съмотрѣти
Прямое значение	1135 (0,949)	9 (0,692)	4 (1,00)	54 (0,365)	14 (1,00)
Модуляционные изменения					
I-й тип	–	1 (0,077)	–	81 (0,547)	–
II-й тип	–	2 (0,154)	–	9 (0,060)	
III-й тип	60 (0,050)	1 (0,077)	–	2 (0,014)	–
IV-й тип	1 (0,001)	–	–	2 (0,014)	–
Всего	1196 (1,00)	13 (1,00)	4 (1,00)	148 (1,00)	14 (1,00)

ность/неспособность субъекта воспринимать информацию об окружающем мире с помощью органов зрения.

Четвертый тип модуляционных изменений обусловлен актуализацией в смысловой структуре глагольной словоформы какой-либо потенциальной семы. У глаголов зрительного восприятия такой потенциальной семой становится интегральная сема ‘эмоционально-оценочное отношение’. Указанная перегруппировка семантических признаков наблюдается в смысловых структурах глаголов **видѣти** и **зьрѣти**. У глагола **видѣти** ИС ‘эмоционально-оценочное отношение’ конкретизируется дифференциальным признаком «позитивное отношение», например: **ѵнже видѣвъ кн҃зѧ Ѡлеѯандра радостнъıма оѵима · исповѣда ѥму єдиному** (ЛЛ 1377, 169). Реализация дифференциального признака «позитивное отношение» подчеркивается употреблением прилагательного **радостнъıи**, в семантике которого содержится указание на положительные эмоции.

В смысловой структуре глагола **зьрѣти** ИС ‘эмоционально-оценочное отношение’ конкретизируется ДП «негативное отношение», например: **видивже ч҃лвкъ зрѧща ѥго на сѧ. злама оѵима реі҃. «ѵто на мѧ зриши похабенъ лѣзи вонъ»** (ЖАЮ, 540). Контекстуальным уточнителем дифференциального признака является прилагательное **злъıи**, указывающее на негодование, негативное отношение к действиям и поступкам воспринимаемого объекта. Актуализация интегральной семы ‘эмоционально-оценочное отношение’ в смысловых структурах глаголов ви͡дти и **зьрѣти** способствует изменению их синтагматических свойств: типовым становится сочетание глагольных словоформ с существительным **око** в форме Тв. п.

4. Функционируя в контексте, глаголы **видѣти**, **глѧдати**, **глѧдѣти**, **зьрѣти**, **съмотрѣти** употребляются как в прямых, так и в переносных значениях, сформировавшихся на базе модуляционных семантических изменений при сохранении категориально-лексической семы ‘зрительное восприятие’. Преобладающими являются контексты, где глаголы реализуют свои прямые значения (1216 из 1375 случаев употребления, доля 0,884). В нашем материале отмечено 159 словоформ (доля 0,116), в смысловых структурах которых наблюдаются модуляционные семантические изменения. Глаголы **глѧдѣти**, **съмотрѣти** зафиксированы только в прямых значениях.

В зависимости от характера реализации интегральных лексических сем в смысловых структурах глагольных словоформ, выделяются четыре типа модуляционных семантических изменений, которые могут проявляться в нейтрализации одних дифференциальных признаков и актуализации других ДП, уточняющих ту же интегральную сему; во взаимозамене дифференциальных признаков, приводящей к нейтрализации какой-либо интегральной семы; в нейтрализации нескольких интегральных сем; в актуализации потенциальных сем.

Установленные типы семантических изменений по-разному представлены в количественном отношении, что отражено в таблице 2.

Как показал анализ материала, с наибольшей полнотой реализуются семантический потенциал и сочетаемостные свойства глаголов **видѣти**, **глѧдати** и **зьрѣти**. Наибольшую многозначность обнаруживает глагол pmh4nb, который проявляет широкие сочетаемостные возможности в рамках древнерусского контекста. Перегруппировка

дифференциальных признаков и интегральных сем в процессе семантической модуляции делает возможным развитие синонимических отношений глаголов восприятия при сохранении категориально-лексической семы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бенке В. В. О роли причастий с семантикой восприятия в синтактико-стилистической системе древнерусских житийных текстов в Успенском сборнике XII–XIII вв. / В. В. Бенке // Вестник ЛГУ. – 1987. - Вып. 3 (№ 16). – С. 66-70.

2. Васильев Л. М. Семантика русского глагола: учеб. пособие / Л. М. Васильев. – Уфа: БГУ, 1981. – 71 с.

3. Глинка Е. В. Система глаголов восприятия, мышления и говорения (на материале исторических словарей русского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Глинка Елена Витальевна. – Орел, 2003. – 22 с.

4. Голайденко Л. Н. О сложном взаимодействии в речи глаголов представления с глаголами восприятия и интеллектуальной деятельности / Л. Н. Голайденко // Языковая деятельность: переходность и синкретизм: сб. ст. – Москва– Ставрополь, 2001. – С. 131-134.

5. Кириллова В. А. Структурно-семантические особенности предложений, репрезентирующих ситуации слухового и зрительного восприятия / В. А. Кириллова, М. Б. Примова // Идеографические аспекты русской грамматики: сб. ст. – М., 1988. – С. 116-125.

6. Лопушанская С. П. Изменение семантической структуры русских бесприставочных глаголов движения в процессе модуляции / С. П. Лопушанская // Русский глагол (в сопоставительном освещении): межвуз. сб. науч. тр. – Волгоград, 1988. – С. 5-19.

7. Лопушанская С. П. Семантическая модуляция как речемыслительный процесс / С. П. Лопушанская // Вестник Волгогр. гос. ун-та. – 1996. - Вып. 1. – С. 6-13.

8. Лопушанская С. П. Семантическая модуляция как речемыслительный процесс / С. П. Лопушанская // Научные школы Волгоградского государственного университета. Русский глагол: История и современное состояние: сб. ст. – Волгоград, 2000. – С. 20-29.

9. Лопушанская С. П. Соотношение понятий стереотипность, концептуальное ядро и концептосфера в языкознании / С. П. Лопушанская // Studia Rossica Poznaniensia. – Poznan, 2002. – S. 79-85.

10. Моисеева С. А. Семантическое поле глаголов восприятия и дейксис / С. А. Моисеева // Технологии гуманитарного поиска. (Лингвистика. История): сб. ст. – Белгород, 2000. – С. 31-43.

11. Падучева Е. В. Глаголы восприятия: опыт выявления структуры тематического класса / Е. В. Падучева // Проблемы функциональной грамматики: семантическая инвариантность/вариативность. – СПб., 2003. – С. 75-100.

12. Попкова Л. М. О смысловых коррелятах глаголов восприятия в художественном тексте / Л. М. Попкова // Актуальные проблемы функциональной лексикологии: сб. ст. – СПб., 1997. – С. 178-180.

13. Сафонова И. А. Функционирование глаголов восприятия в «Житии Андрея Юродивого» / И. А. Сафонова // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов: материалы Междунар. науч. конф. – Волгоград, 2005. – С. 129-132.

14. Сафонова И. А. Системные и функциональные особенности древнерусских глаголов восприятия / И. А. Сафонова // Язык. Культура. Коммуникация: материалы Междунар. науч. конф. – Волгоград, 2006. – С. 530-534.

15. Сватко В. В. Лексико-семантическая группа глаголов чувственного восприятия / В. В. Сватко // Русское языкознание. – 1986. - Вып. 13. – С. 84-90.

16. Словарь древнерусского языка (XI – XIV вв.): В 10 т. – Т. I-VII. – М., 1988–2004.

17. Срезневский И. И. Материалы для словаря древнерусского языка по письменным памятникам. – Т. I-III. – М., 1989.

18. Урысон Е. В. Языковая картина мира VS. Обиходные представления (модель восприятия в русском языке) / Е. В. Урысон // Вопросы языкознания. – 1998. - № 2. – С. 3-21.

19. Федосюк М. Ю. Глаголы восприятия: лексические значения и употребление в художественных текстах / М. Ю. Федосюк // История слова в текстах и словарях: сб. ст. – Ставрополь, 1988. – С. 99-105.

20. Этимологический словарь славянских языков: Праславянский лексический фонд / Под ред. О. Н. Трубачева. - Вып. 1-31. – М., 1974–2005.

21. Яковенко С. Р. Формальная и семантическая структура словообразовательных гнезд глаголов чувственного восприятия в русском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Яковенко Сергей Радионович. – Киев, 1987. – 24 с.

22. В статье используются сокращения названий источников, принятые в Словаре древнерусского языка (XI – XIV вв.). – Т. 1. – М., 1988. – С. 28-68; Т. 6. – М., 2000. – С. 16-65.

Рецензент – А. М. Шишлянникова.

Статья принята к печати 14.10.2006.

СИНТАГМАТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ПУТЕШЕСТВИЕ» В РУССКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIX–XX ВЕКОВ

© 2007 О.В. Студенова

Воронежский государственный университет

Как правило, для полей характерно наличие общих функций у их элементов и лишь иногда общих, причем нередко экстралингвистических, дифференциальных признаков, что оправдывает трактовку групп таких элементов, как функциональных групп [5]. Как отмечает Г. С. Щур, понятие «поле» близко к понятию «синонимия» [5, 212].

Теория синтагматического поля была разработана немецким лингвистом В. Порцигом. Для данного типа поля Порциг ввел понятие «синтаксическое поле». Этим термином обозначались словосочетания и синтаксические комплексы, в которых явно проступала возможность семантической совместимости компонентов. В настоящее такое поле получило название синтагматического.

В любом языке существуют синтагматические ряды слов, которые характеризуют одно и то же явление с разных сторон. Эти фразы и словосочетания могут быть эмоционально-оценочными или нейтральными, могут относиться к различным стилям языка. Синтагматические поля демонстрируют нам возможности сочетаемости того или иного слова. И. В. Сентенберг замечает, что исключительно велика роль сочетаемости в реализации неисчерпаемых смысловых возможностей слова, связанных с его информационным потенциалом [3, 10].

Синтагматическое поле представляет собой совокупность конкретных сочетаний, обладающих определенным смыслом.

Каждое слово состоит из лексемы и семемы. Как считают авторы работы «Очерки по общей фразеологии» М. М. Копыленко и З. Д. Попова, существуют денотативные и коннотативные семемы. Денотативные семемы – это семемы, ассоциированные с образами предметов реальной действительности в качестве их первичных, непроизводных или вторичных, производных, но единственных для них знаков. В коннотативных семемах на первый план выходит коннотация, то есть добавочные, сопутствующие значения [2].

Академик В. В. Виноградов считает, что коннотация – это потенциальная ассоциативная энергия слова [1]. По мнению В. И. Шаховского, коннотация – это тот компонент семантики языковой единицы, с помощью которого выражается эмоциональное состояние говорящего и обусловленное им отношение к адресату, объекту или предмету [4].

Формирование компонентов коннотации происходит по-разному. В частности, дополнительные оттенки значения создаются в художественных текстах.

Целью нашей работы является выявление способов и механизмов текстового порождения коннотативных компонентов в значении слова на материале синтагматического поля п у т е ш е с т в и е (на материале художественных текстов XIX и XX веков). Мы проанализируем формирование «романтического» компонента коннотации, т. е. формирование некоего романтического коннотативного ореола, романтического созначения слова.

В качестве ключевого слова этого поля нами выбрано слово д о р о г а . Оно доминирует по частотности и составляет около 62 % от общего числа лексем, обозначающих виды дорог (всего 335 слов) в микротекстах XIX века, и 35 % от общего числа лексем (223 слова) в контекстах XX века. Слово д о р о г а не зависит от контекста, не обладает экспрессивно-стилистической окраской.

В Словаре русского языка в 4 т. под ред. А. П. Евгеньевой (в дальнейшем МАС (Малый Академический словарь)) значение слова д о р о г а определяется как `полоса земли, служащая для езды и ходьбы`, `место, пространство, по которому проходит передвижение, сообщение`, `след в виде полосы, оставляемый кем, чем-либо`, `место для прохода, проезда`, `путешествие, поездка`, `направление, путь следования`.

В контекстах XIX века путешествие коннота-

тивно «романтизирует» слово жизнь (`проявление деятельности, энергии`). Например:

В дорогу! В дорогу! Разом окунемся в ***жизнь*** *с ее беззвучной трескотней и бубенчиками!* (Гоголь).

манящее (от «манить» – `прельщать, привлекать`), несущее («нести» – `мчать, увлекать`), чудная – `являющаяся чудом, совершенно небывалая, необычная`). Например:

Какое ***несущее****, и* ***манящее****, и чудесное в слове дорога!* (Гоголь).

Словосочетание обетованная земля (высок.) – `изобильный и счастливый край, место, куда кто-либо стремится попасть`. В сознании носителей русского языка XIX века дорога ассоциируется с чем-то манящим, чудесным, предполагает разнообразие впечатлений, чувств, эмоций. Формируется представление о дороге как символе `земли обетованной`, неведомых мест, больших городов.

Что касается микротекстов XX века, то здесь романтический компонент коннотации создается за счет таких слов и словосочетаний, как привольные места, где «привольные» значит `свободные, просторные`, задумалась (дорога), где «задуматься» – `предаться размышлениям, погрузиться в свои мысли`, «*музыка*» – `мелодия какого-н. звучания` (книжн.).

В художественных контекстах XX века дорога неразрывно связана с живописными пейзажами, красивыми видами. Эта реалия сравнивается с живым существом (*О красном вечере* ***задумалась*** *дорога* (Есенин)). У носителей языка XX века дорога ассоциируется с волшебными, былинными странствиями.

Поддерживают синтагматику ключевой лексемы и названия видов дорог. На материале художественных микротекстов XIX века это лексемы путь (18 % от общего числа лексем, обозначающих виды дорог (335 слов)), тропинка (14 %), аллея (13 %). В группу Виды дорог, построенную на материале микротекстов XX века, входят слова путь (29 % от общего числа лексем, обозначающих виды дорог (223 слова)), след (21 %), курс (10 %). Синтагматика этих слов показывает, что коннотация значения слова путь создается за счет присутствия в контексте следующих лексем: загадка – `нечто необъяснимое, непонятное`; тайна – `нечто неразгаданное, еще не познанное`; тишь – `то же, что тишина`; росистая (тропинка) – `покрытая росой`; серебристая (роса) – `цвета серебра, отливающий серебром` и т. д.

Путь в сознании носителя языка XIX века ассоциируется с бесконечностью (*Идешь – и нет конца* ***пути*** (Майков)), загадочностью (***Путь*** *этот похож на Магеллановы* ***путь****, не со всеми загадками и тайнами справились люди* (Гончаров)).

Тропинка романтична тем, что она обычно проходит в лесу, а потому овеяна таинственностью. Недаром в контекстах, содержащих эту лексему, встречается упоминание о тиши-безлюдье вокруг, чутком камыше, серебристой росе, что «наводит» романтическое настроение.

Аллея в трактовке МАС (Малого академического словаря) – `дорога, обсаженная по обеим сторонам деревьями, кустарником, или дорожка в саду, парке`. Эта реалия привлекает красотой, изяществом, яркостью красок (***Аллея*** *пурпуром одета, и в зыбком золоте ветвей еще мерцает праздник лета* (Фофанов)).

В микротекстах XX века романтический компонент коннотации значения слова путь создается за счет прилагательных звездный (`с хорошо видными звездами`), легкий – `не напряженный, не затруднительный`, дерзостный – `исполненный дерзания, смелый` (высок.).

Романтизации лексемы след способствуют такие слова и словосочетания: по горячим следам – `сразу после чего-н., не откладывая, по свежим следам`; мореход – в старину: `мореплаватель, открыватель морских путей`; дорога – здесь: `след в виде полосы, оставляемый кем, чем-либо`. Например:

По ***горячим следам мореходов****, живых и экранных,*
Что пробили нам курс через рифы, туманы и льды,
Мы под парусом белым идем с океаном на равных,
Лишь в упряжке ветров, не терзая винтами воды.
(Высоцкий)

Что касается слова курс, то в контексте ему сопутствуют следующие лексемы: впередсмотрящий (спец.) – `матрос, назначенный для наблюдения во время плавания`; восхождение (от «взойти» – `идя, подняться наверх`). Например: *Мы все – впередсмотрящие, все начали с азов, но если у кого-то невезение – меняем* ***курс****, идем на SOS, как там, в горах, на зов, на помощь, прерывая восхождение (Высоцкий).*

Путь в представлении носителей языка XX века связан с романтическими путешествиями (морскими или космическими). Путь в XX веке – это дорога, маршрут первооткрывателей.

Лексема след встречается преимущественно в текстовых фрагментах, содержащих описания морских плаваний. След за кормой корабля является символом дальних странствий.

Курс также ассоциируется с красотой путешествий по морю. Но в отличие от следа, курс символизирует собой не столько романтику лирическую (романтику моря), сколько романтику профессиональную (искусство кораблевождения, направление движения корабля (реже – самолета).

На основе полученных данных нами построено синтагматическое поле лексико-семантической группы п у т е ш е с т в и е . В центре ядра находится ключевое слово д о р о г а . Оно окружено лексемами, называющими разновидности дорог. Сквозь ближнюю, дальнюю и крайнюю периферии проходят сектора 6 парцелл: 1. Парцелла Определения дороги (в данную группу входят слова (прилагательные), дающие характеристику дороги); 2. Глаголы движения; 3. Агенсы перемещения (лексемы, называющие живых существ, транспортные средства, перемещающиеся по определенному маршруту); 4. Фрагменты пейзажа, наблюдаемые путешествующим человеком. 5. Глаголы, обозначающие восприятие; 6. Слова и словосочетания, обозначающие эмоции наблюдателя. Наиболее яркий коннотативный компонент концепта п у т е ш е с т в и е создают парцеллы 1, 3, 6, которые мы ниже подробно рассмотрим.

В синтагматике ключевых слов большое место занимают определения дороги. В художественных текстах XIX века наиболее частотны лексемы ш и р о к а я (61 % от общего числа лексем, характеризующих дорогу (99 слов), д а л е к а я (40 %). Если рассматривать художественные тексты XX века, то здесь будет иная картина: доминирует лексема д а л ь н я я (40 % от общего числа прилагательных, определяющих дорогу (131 слово)), ф р о н т о в а я (20 %). В контексте слово ш и р о к а я окружено следующими лексемами: о к е а н с к а я (дорога) – от «океан» (`водное пространство, омывающее материк или находящееся между материками`), д и к а я (лента дороги) – `находящаяся в первобытном состоянии, некультивируемая`, о с е н е н н а я – `покрытая густой тенью, мраком` (устар.). Например: *Все так прекрасно вокруг меня, а на душе так легко и спокойно. Дорога* ***широкой дикой лентой*** *вьется впереди между полями засохшего жнивья и блестящей росою зелени* (Толстой Л.).

Прилагательное д а л е к а я обладает следующим контекстным окружением: х о р о ш а («хороший» – `вполне положительный по своим качествам, такой как следует`), ч у д н ы е (замыслы) – `прелестные, очаровательные`, п о э т и ч е с к и е (грезы) – `эмоциональные, восторженные`, д и в н ы е (впечатления) – 1. `Удивительные (устар.)`. 2.`Прекрасные, восхитительные`.

В сознании носителей языка ш и р о к а я дорога ассоциируется с простором, привольем, красотой; как правило, такая дорога вызывает положительные эмоции. В текстах, содержащих описания морских путешествий, подчеркивается, что именно океанская дорога является широкой.

Д а л е к а я дорога связывается с разнообразием впечатлений, с поэтическими чувствами. Герой восхищается далекой дорогой; для него она – и спасение от тоски, и источник вдохновения.

В микротекстах XX века д а л ь н я я дорога овеяна некой неизвестностью, таинственностью. Примечательно, что прилагательное д а л ь н я я окружено в контексте следующими словами: в л е ч ь – `увлекая, манить, притягивать к себе`, н е з р и м ы е (следы) – `недоступные зрению, скрытые, тайные`. (*В дорогу дальнюю, не к битве, не к покою* ***влекут*** *меня* ***незримые*** *следы...*(Есенин)).

Новым является то, что в контекстах XX века появляется лексема ф р о н т о в а я . Этому слову в микротекстах сопутствуют такие лексемы как п у т ь – `место, линия в пространстве, где проходит передвижение, сообщение`, в е с т и – здесь: `управлять движением транспортного средства`. В представлении носителей языка XX века ф р о н т о в а я дорога – полная неизбежных трудностей, тревог, напоминающая о героическом труде.

Следующая лексико-семантическая группа в синтагматике ключевых слов, которую хотелось бы рассмотреть, – Агенсы перемещения.

Исследование микротекстов XIX века позволило сделать следующие наблюдения: по частотности лексемы, обозначающие живых существ и транспортные средства, расположились в таком порядке: к о н ь (40 % от общего числа лексем, обозначающих агенсы перемещения (395 слов)), *корабль* (25 %), т р о й к а (20 %), п а р о х о д (10 %). Материал XX века дает несколько иную частотность слов, обозначающих живых существ и транспортные средства: п а р о х о д (33 % от общего количества лексем (384 слова)), к о р а б л ь (23 %), м а ш и н а (17 %), с а м о л е т (10 %).

Лексеме к о н ь в художественных контекстах XIX века сопутствуют следующие слова: л а н ь – `животное семейства оленей, отличающееся быстротой бега и стройностью` (*Несется* ***конь*** *быстрее* ***лани*** (Лермонтов)); н е в е д о м ы е (н е в е д о м ы й – `таинственно-непонятный`), в и х р ь – `порывистое круговое движение ветра` (*Что за* ***неведомая*** *сила заключена в сих неведомых светом конях. Кони, кони, что за кони!* ***Вихри****, что ли, сидят в ваших гривах?*(Гоголь)); с в о б о д н ы й (шаг) – `не затрудненный, совершающийся легко, без помех` (***Свободный*** *шаг коня качает сладостно меня...* (Майков)).

В контексте к о н ь уподобляется лани (по быстроте бега). Встречаются следующие метафоры: н е в е д о м ы е с в е т о м кони, в чьих гривах как бы сидят вихри (так вздымаются, развеваются гривы коней при движении); свободный шаг коня может убаюкивать, успокаивать.

Привлекает внимание лексема к о р а б л ь . В трактовке МАС к о р а б л ь – `крупное морское судно, а также военно-морское судно любого класса` // `Многомачтовое парусное судно с прямыми парусами`.

В художественных текстах XIX века поэтизируется парусник. Корабль может быть изящным, благородным (по обводам корпуса). Например: *Если бы вы знали, что это за **изящный**, за **благородный** корабль, так не удивились бы, что я скрепя сердце покидаю «Палладу»* (Гончаров). Корабль сравнивается со стрелой, он ветру противится смело (то есть идет против ветра, без попутного ветра). Например:

*Быстро корабль наш несется **стрелой**,*
Парус вздымается белый,
Вот и навстречу корабль нам другой
Ветру противится смело.

(Огарев)

Появление в тексте лексемы *тройка* создает настроение удали, раздолья. В МАС читаем: «тройка»– `упряжка в три лошади`. В контексте тройка может сравниваться с птицей (*Тройка! **Птица**-тройка, кто тебя выдумал?* (Гоголь)); тройка может быть бешеной (в значении `скачущая быстро`). Например:

Хорошо под грозою-метелью,
Хорошо под дождем проливным
По степям в бесконечном веселье
***Тройкой бешеной** мчаться по ним!*

(Кольцов)

На четвертом месте по частотности среди слов, обозначающих агенсы перемещения, находится лексема пароход. В словарном определении данной лексемы нет романтического оттенка (пароход – `судно с паровым двигателем`), но в контексте такой оттенок появляется. Пароход в сознании носителей русского языка XIX века ассоциируется со стремительностью и силой; кроме того, независимость от ветра выгодно отличает его от парусника. Например: *Многие видят в **пароходе** меньше поэзии, считают, что он не так опрятен, некрасив. Это от непривычки: если б пароходы существовали давно, а парусные суда – недавно, глаз человеческий находил бы больше поэзии в этом видимом **стремлении** судна...* (Гончаров).

Если рассматривать художественные микротексты XX века, то новым здесь будет появление в контекстах таких лексем, как самолет и машина; кроме того, слово пароход находится на первом месте по частотности (в отличие от микротекстов XIX века). Интересны контексты, содержащие эту лексему. Реалии, обозначаемой словом пароход, придают романтику следующие сравнения и метафоры: пароход часто ассоциируется с живым существом (он может звать гудком, разговаривать посредством сигналов (*Пара **пароходов говорит** на рейде* (Маяковский); *На Волге широкой, на Стрелке далекой гудками кого-то **зовет пароход*** (Гузанов)). Пароход может быть красивым (по форме корпуса) и сильным (по мощности двигателя). Например: *Быстро несется по Волге **красивый** и **сильный** «Ермак», пароход купца Гордеева* (Горький). В текстах пароход уподобляется учителю (по величине и неторопливости хода (*Как **учитель** среди шалунов, иногда океанский проходит средь барж **пароход*** (Гумилев)), зданию (пароход, как и большое здание, «многоэтажен»). Например: *Кругом листва, и кажется, что школа плывет среди зеленых волн, будто **пароход*** (Велтистов). Созерцание парохода вызывает у наблюдателя романтические ассоциации.

Корабль (обычно парусный) воспринимается в сознании носителей языка как атрибут сказки, волшебной легенды. В художественных текстах корабль сравнивается с мечтой (герой *поет **мечту** родного корабля* (Блок)), с феей (фея – в западноевропейской литературе: `волшебница`). Например:

В час закатный, в час хрустальный
*Показались **корабли**.*
Шли, как сказочные феи...

(Блок)

Подчас встречаются сравнения корабля с человеком (*Кажется, что даже **корабль** понимает благородную цель этого рейса* (Паустовский)).

Контексты, включающие лексему машина также способствуют романтизации «путешествия». МАС трактует значение слова машина следующим образом: 1. `Автомобиль, автомашина`; 2. `Общее название различных самодвижущихся механизмов, выполняющих транспортную, тягловую работу`.

Машина ассоциируется с большой скоростью, а также с разнообразием наблюдаемых пейзажей. Не случайно во фрагментах художественных текстов, содержащих упоминания этого вида транспорта, встречаются глаголы мчать, мелькать, расступаться (о полосах ржи). Быстрая езда связана с положительными эмоциями, которые метафорически переносятся на само транспортное средство (***Машина** весело покатила по дороге* (Семенов-Спасский)). Иногда под словом машина понимается самолет. Например: *Вот когда Алексей с торжеством ощутил совершенное слияние со своей **машиной**! Он чувствовал мотор, точно тот бился в его груди, всем существом своим он ощущал крылья, хвостовые рули* (Полевой).

На четвертом месте по частотности после лексемы машина находится слово самолет. «Самолет» – `летательный аппарат тяжелее воздуха для полетов в атмосфере при помощи двигателей и крыльев` (МАС). Самолет может сравниваться с орлом («орел» – `хищная птица

семейства ястребиных с изогнутым клювом`). Например:

*Мчатся **самолеты** выше облаков,*
Мчатся, чуть похожие на больших орлов...
(Дербенев)

Подчас «самолет, плывущий на головокружительной высоте, кажется миноносцем, наблюдаемым со дна моря». Уподобление самолета кораблю связано со следующими особенностями: 1. Медленное бесшумное движение; 2. Высота (указывается, что она головокружительная, т. е. большая, вызывающая головокружение). В данном случае высота сравнивается с глубиной.

В некоторых текстах с самолетом сравнивается душа:

*Взлетят наши души, как два **самолета**,*
Ведь им друг без друга нельзя.
(Высоцкий)

В изучаемых микротекстах обычно передаются впечатления путешественника от пейзажа, который он наблюдает. Поэтому мы не можем не упомянуть о таких колоритных реалиях, характеристики которых встречаются в текстах, как лес, волны, море.

Очень заметно, как формируется романтический компонент коннотации в значении слова лес. В МАС читаем: лес – `деревья, стоящие во множестве на корню, а также пространство, обильно заросшее деревьями`. Лес в представлении носителей языка XIX века полон молчания. Лесная тишина способствует размышлениям, раздумью. Но вместе с тем *в вышине перебегают шумы, невнятный **гул беззвучных голосов; лес** шумит себе кругом, и в нем ведутся разговоры.* Лес воспринимается как нечто мыслящее, в нем *затаена живая мысль*. Герой не может не любоваться величественной красотой леса (*Везде... дикая краса угрюмо спит...* (Кольцов)). В фрагментах художественных произведений XX века лексема лес приобретает романтический компонент своего значения за счет таких слов, как дремать, прихорашиваться. Например:

*Уже начал прихорашиваться **лес*** (Федосеев); *дремлет **лес** под сказку сна* (Есенин). Наблюдатель представляет данную реалию неотделимой от размышлений, от вдохновения. Леса могут быть величественны, как кафедральные соборы.

Вот контексты с лексемой волны. В МАС читаем: волна – `водяной вал`. В представлении носителей языка XIX века волна может быть своенравной, может быть полна чудной жизнью:

*Ты **волна** моя морская,*
Своенравная волна!
Как, покоясь иль играя,
Чудной жизни ты полна!
(Тютчев)

Встречаются достаточно противоречивые характеристики, например:

Дикою, грозною ласкою полны,
*Бьют в наш корабль средиземные **волны**...*
(Баратынский)

Подчас волна уподобляется страсти (здесь она напоминает чувства человека):

Оделося море в свой гневный огонь
*И **волны**, как страсти кипучие, катит...*
(Бенедиктов)

Море в художественных микротекстах уподобляется живому существу (*Требует **море** – скорей становись моряком!* (Высоцкий)). Близкое присутствие моря возвращает миру свежесть и чистоту. Герой (наблюдатель) отмечает величественную картину шторма (*От далекого горизонта и до крайних островов все кипит расплавленным **серебром*** (Федосеев)).

В синтагматическом поле путешествие выделяются слова и словосочетания, называющие эмоции человека.

В микротекстах XIX века доминируют следующие лексемы: отрада (25 % от общего числа лексем, обозначающих эмоции), радость (24 %). Например:

*С какой-то тайною **отрадой***
Глядел я на простор небес...
(Никитин)

Для меня язык природы
*Одной был **радостью** святой...*
(Никитин)

В художественных текстах XX века иная картина. Здесь распространены такие слова, как восторг (13 % от общего числа лексем, обозначающих эмоции (210 слов)), счастье (12 %):

*Капитан приказал поставить парус. Никакой праздник, никакие подарки не привели бы Петю в такой **восторг**, как эта безделица* (Катаев).

*Впереди – затерянность в этом огромном мире пахучей листвы, трав, облаков, низкого неба. И эту затерянность я всегда ощущаю как **счастье*** (Паустовский).

В МАС читаем: отрада – `удовольствие, радость`; радость – `веселое чувство, ощущение полного душевного удовлетворения`; восторг – `подъем радостных чувств, восхищение`; счастье – `чувство и состояние полного, высшего удовлетворения`.

Из контекстов видно, что в XIX веке герой испытывает положительные эмоции, наблюдая живописные пейзажи. Если рассматривать микротексты XX века, то здесь эти эмоции вызывают-

ся не только созерцанием картин природы, но и наблюдением за работой транспортных средств.

Полученные данные позволяют нам сделать вывод о том, что синтагматическое поле п у т е ш е с т в и е создается за счет разнообразных микротекстов, в которых прослеживается отношение носителей русского языка к странствиям. Поэтизируются дороги, транспортные средства, пейзаж, даются описания эмоций человека. Поскольку художественные тексты являются одним из средств формирования дополнительных оттенков значений, то изучение синтагматических полей определенной лексико-семантической группы слов может стать одним из методов исследования развития значений слов, а через них и осмысления развития структуры таких объемных концептов, как, например, концепт п у т е ш е с т в и е .

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов В. В. Некоторые задачи изучения синтаксиса простого предложения (на материале русского языка) / В. В. Виноградов // ВЯ. – 1954. - № 1. – С. 8-16.

2. Копыленко М. М. Очерки по общей фразеологии / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. – Воронеж: Изд-во Истоки, 1978. – 240 с.

3. Сентенберг И. В. Синтагматическая природа лексикализации / И. В. Сентенберг // Синтагматика слова, словосочетания и предложения. – Волгоград, 1988. – 185 с.

4. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – Воронеж: Изд-во Истоки, 1987. – 200 с.

5. Щур Г. С.Теории поля в лингвистике / Г. С. Щур. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1974. – 300 с.

Рецензент — З.Д.Попова.

Статья принята к печати 26.11. 2006.

О НЕКОТОРЫХ СРЕДСТВАХ ВЫРАЖЕНИЯ ПОСЕССИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

© 2007 И.М. Сушкова

Воронежский государственный университет

Термин «посессивность», или «притяжательность» (более распространенный в отечественной лингвистической литературе), используется в значении ‘собственно владение, обладание чем-либо’.

Посессивность как семантическая категория – одна из разновидностей более общей категории реляционности – включает несколько субкатегорий, в основе которых лежат отношения обладания, принадлежности, партитивности (соотношения части и целого) и т. п. Речь идет об отношениях прежде всего социальных, проявляющихся как отношение человека к вещам объективной действительности.

Языковые средства выражения посессивности как семантической категории были проанализированы в аспекте функционального синтаксиса в рамках теории функциональной грамматики [3]. Согласно данной теории, средства выражения основных семантических категорий грамматики объединяются в функционально-семантические поля (ФСП).

ФСП посессивности – это разноуровневая структура, включающая лексико-грамматические и синтаксические средства. В нем выделяются два центра, определяемые различием предикативной и атрибутивной функций, связанных с соответствующими типами конструкций – предикативных и атрибутивных.

Центр предикативной посессивности составляют конструкции, в которых эксплицитно представлены все три элемента посессивной ситуации: оба члена реляции – посессор (обладатель), объект посессивности – и реляционный предикат со значением посессивности.

Посессивное отношение является отношением направленным: посессор может рассматриваться как ориентирующий элемент, а объект обладания – как ориентируемый (объект логически подчинен обладателю), и наоборот. В первом случае в основе предложения находится субъект-посессор, а само сообщение касается его имущественного положения, того, чем он владеет, а во втором случае само сообщение касается характеристики объекта принадлежности (предицируется принадлежность объекта посессору).

В предложениях, представляющих посессивное отношение в разных ракурсах, реализуются два основных категориальных значения посессивности:

1) обладание (формула «посессор – обладание – объект»): *У меня есть книга; Я имею книгу*;

2) принадлежность (формула «объект – принадлежность – посессор»): *Книга принадлежит мне.*

Таким образом, в предикативной зоне ФСП посессивности выделяются два взаимосвязанных микрополя – обладания и принадлежности, для актуализации значений которых используются специализированные конструкции. Они формируют ядро поля.

Возможность выражения посессивных отношений не одной конструкцией обусловлена тем, что отображение событий в речи определяется не только объективной структурой событий, но и многими другими обстоятельствами, такими как внешняя ситуация и внутренний контекст речи, интересы говорящего и его аудитории, особенности понимания ими сущности события и т.д.

Специализированными лексико-грамматическими средствами выражения концепта «посессивность» в атрибутивных конструкциях русского языка являются: 1) посессивные (притяжательные и возвратные) местоимения и прилагательные (в сочетании с существительным, выражающим предмет принадлежности): *мой стол, своя книга, мамин платок*; 2) существительные в форме родительного падежа, выражающие посессора либо объект посессивности (*платок мамы, владелец дома*).

Посессивные местоимения и прилагательные могут являться предикатом: ***И зажигалка моя,*** *и* ***машина*** *без тормозного фонаря тоже* ***моя*** (Т. Устинова); ***Папина была идейка*** (А. Геласимов).

В этом случае мы имеем дело с предикативной конструкцией, выражающей принадлежность, где субъект – предмет принадлежности, а его признак выражает одновременно принадлежность и посессора.

Атрибутивные посессивные конструкции обычно нейтральны по отношению к таким признакам, как отторжимость/неотторжимость объекта обладания (*мамина комната/мамин голос*), одушевленность/неодушевленность (*нога человека/ножка стола*). Другими словами, рассматриваемые конструкции только указывают на наличие связи между двумя сущностями без ее спецификации. Тем самым расширяется диапазон реляционных значений.

Вербализованная пропозиция, выражаемая предикативными конструкциями, является типовой и полной. Пропозиция, вербализованная в структуре высказывания словоформой или словосочетанием, называется неполной, или свернутой. Свернутые пропозиции сопутствуют основной, они фиксируют внешние связи констатируемой ситуации, т. е. связи с тем фрагментом действительности, в пределах которого она существует.

Словосочетания и словоформы, вербализующие скрытую пропозицию, обладают способностью быть «развернутыми» в полную предикативную конструкцию.

Однако атрибутивные посессивные конструкции, в отличие от предикативных, потенциально могут выражать более широкий спектр значений, не только собственно обладание и принадлежность. Так, конструкция *моя книга* может быть интерпретирована различно: 1) ‘принадлежащая мне книга’; 2) ‘книга, которой я пользуюсь’; 3) ‘книга, написанная мной’ и т. д. Эта многозначность противопоставляется однозначности предикативных конструкций: *Эта книга принадлежит мне; Я автор этой книги* и т. д.

При анализе семантики атрибутивных средств выражения посессивности, взятых вне связного текста (когда они исследуются в собственно лексическом значении посессивности), их часто соотносят с аналогичными по значению предикативными конструкциями. Примером такого анализа может служить соотнесение генетивных атрибутивных конструкций, кодирующих основные типы посессивных отношений, с предикативными конструкциями различной структуры. Выбор генетивной конструкции в качестве объекта анализа обусловлен ее способностью передавать наиболее широкий спектр посессивных отношений.

Основываясь на классификации посессивного отношения, предложенной в коллективном исследовании посессивных конструкций [1, 25-26], рассмотрим основные типы посессивного отношения, выражаемые генетивной конструкцией русского языка. Каждому отношению дается его описательное наименование и структурная схема, в которой указываются основные семантические свойства посессора (первый член в схеме) и объекта посессивности (второй член в схеме). Также указываются лексико-грамматические разряды (ЛГР) существительных, представленных в позициях посессора и объекта.

Генетивную конструкцию, выражающую отношение определенного типа, мы соотносим с предикативной конструкцией (полученной с помощью трансформационного преобразования атрибутивной конструкции). Предикативная конструкция рассматривается на основе предложенной В.Ю. Копровым методики анализа структурно-семантического устройства предложения в номинативном аспекте [2], что предполагает характеристику по количеству актантов в семантической структуре предложения и указание на частеречный тип предложения. Также для каждого типа указывается структурная схема и инвариантная семантическая структура (ИСС).

1. Отношение обладания: «обладатель – обладаемое». В позиции посессора выступают существительные ЛГР антропонимов и иногда ЛРГ зоонимов, в позиции объекта посессивности – неодушевленные существительные, обозначающие конкретные предметы собственности, орудия деятельности (различные виды машин, инструментов и т. п.), а также существительные ЛГР зоонимов: *Одновременно посмотрели в самый дальний угол, где за железным никчемным ломом, за битым кирпичом находилась* ***заначка Васьки Сморчка*** (А. Приставкин); *Водил на улицу* ***котов Октябрины Михайловны*** (А. Геласимов).

Атрибутивные конструкции данного типа могут быть соотнесены с двуактантными вербальными предложениями трех типов:

1) с активными предложениями (N – V – N 2/4/5) с ядерным глаголом *иметь*, ИСС «субъект – посессивность – объект»: *Васька Сморчок имел заначку; Октябрина Михайловна имеет котов*;

2) с активными предложениями (N – V – N 3), ИСС «субъект – посессивность – объект», выражающими принадлежность как особый оттенок посессивности: *Заначка принадлежала Ваське Сморчку; Коты принадлежали Октябрине Михайловне;*

3) с локативно-пассивными предложениями (У + N 2 – V refl – N), в которых субъект обладания, представленный сочетанием *у* + N 2, выступает как пассивный, а объект – как активный, ИСС «субъект – обладание – объект»: *У Васьки Сморчка была заначка; У Октябрины Михайловны есть коты.*

2. Отношение принадлежности: «обладаемое – обладатель». Структурно конструкции, выражающие данное отношение, являются конверсивами конструкций, выражающих отношение предыдущего типа. В структурной позиции посессора здесь находятся неодушевленные существительные, называющие предметы имущества и существительные ЛГР зоонимов. В позиции объекта – существительные ЛГР антропонимов, называющие лицо как обладателя (потенциального обладателя) какого-либо имущества: *Ладно, как бы то ни было, я согласна, что* ***владельцем видеопроката*** *непременно надо заняться* (Г. Куликова).

Кроме того, позицию объекта могут занимать существительные, называющие объекты неотторжимой принадлежности, обычно с определением (части тела; константы, относящиеся к деятельности частей тела и внутренних органов: *здоровье, голос, слух, зрение*; абстрактные сущности, «расположенные внутри» тела: *душа, память*; константы, характеризующие человека с точки зрения физических либо психологических показателей: *фигура, наружность, черты, вес; темперамент, характер* и т. п.): *Рослая, красивая,* ***обладательница роскошных волос и крепкого здоровья****, Стюра пользовалась успехом у мужчин* (Д. Донцова).

Особенностью генетивных конструкций данного типа является то, что в позиции объекта обычно представлены существительные, образованные от глаголов посессивной семантики (*владелец – владеть; обладатель – обладать*), называющие посессора. В этом случае прямая трансформация (см. предыдущий тип) с учетом контекста не корректна: **... я согласна, что* **у *видеопроката есть владелец,*** *(которым) непременно надо заняться.*

Мы считаем, что в данном случае отглагольные существительные в позиции объекта вербализуют такие компоненты пропозиции, как субъект-посессор (неопределенный либо упомянутый в контексте) и предикат: *владелец* – ‘лицо, которое владеет чем-либо’. Ср.: *...я считаю, что* ***человеком, который владеет кинопрокатом/которому принадлежит видеопрокат****, надо заняться.*

Таким образом, генетивная конструкция данного типа может быть соотнесена с двуактантными вербальными предложениями, выражающими обладание, причем структурные посессор и объект атрибутивной конструкции при трансформации меняются местами:

1) с активными предложениями (N – V – N 2/4/5), ИСС «субъект – посессивность – объект»: *Некто владеет кинопрокатом/имеет кинопрокат; Стюра обладает роскошными волосами и крепким здоровьем/имеет роскошные волосы и крепкое здоровье;*

2) с активными предложениями (N – V – N 3), ИСС «субъект – посессивность – объект»: *Видеопрокат принадлежит некоему лицу.*

По мнению К. Г. Чинчлей, названия частей тела и других объектов неотторжимой принадлежности в позиции объекта в конструкции данного типа не употребляются [3, 117]. Ср.: **Роскошные волосы и крепкое здоровье принадлежат Стюре.* Однако в художественной литературе все же встречаются примеры такого употребления (при наличии у объекта определения и при условии, что посессор не конкретное лицо): *Мясистый нос, грубые, навсегда обветренные щеки могли принадлежать и добряку и черствому человеку* (Д. Гранин);

3) с локативно-пассивными предложениями (У + N 2 – V refl – N), ИСС «субъект – обладание – объект»: *У некоего лица есть видеопрокат; У Стюры были роскошные волосы и крепкое здоровье.*

3. Отношение локализации: «предмет – его место». В роли посессора выступают существительные ЛГР антропонимов и зоонимов, а в роли объекта – неодушевленные существительные, обозначающие конкретные локусы обитания/деятельности (*квартира, изба, учреждение, завод*): *Я со всем свыкся, что было* ***в избе Матрены*** (А. Солженицын); ***Травяной домик мышонка*** *опустился и висел теперь низко над землей* (В. Бианки).

Определенное смешение отношений данного типа и отношений принадлежности/обладания вызвано возможностью человека иметь в собственности не только артефакты, но и места обитания или, по крайней мере, временного пребывания. Для таких объектов возможны любые комбинации смыслов ‘находиться’ и ‘обладать’, причем по контексту не всегда понятно, какую из них имеет в виду говорящий.

Таким образом, рассматриваемые генетивные конструкции могут восходить либо к предложениям трех типов, обозначенных выше (ИСС «субъект – посессивность – объект», «субъект – обладание – объект»), либо к двуактантным вербальным конструкциям (N – (V) – (pN)), ИСС «субъект – локализация – локализатор», где в глагольной позиции находятся глаголы ЛГР существования и местоположения: *Матрена имела избу/Матрена жила в избе; У мышонка был травяной домик/Мышонок жил в травяном домике.*

4. Отношение родства и социальное отношение: «личность – родственник/социальный партнер личности». В позиции посессора выступают существительные ЛГР антропонимов, а в позиции объекта – имена родства и обозначения лица по социальной функции: ***Жена лауреата*** *– это же звучит!* (Д. Гранин); *Допустим, произошел скандал, и* ***любовник Ольги*** *ударил ножом прокурора* (Т. Полякова); *Я работаю уже три года, начинала* ***ассистентом режиссера*** *в одной крошечной программке...* (Т. Устинова).

Рассматриваемые генетивные конструкции возводятся:

1) к двуактантным пассивным вербальным предложениям (У + N 2 – V refl – N), ИСС «субъект – обладание – объект»: *У лауреата есть жена; У Ольги есть любовник; У режиссера есть ассистент*;

2) к двуактантным активным вербальным предложениям (N – V – N 2/4/5), ИСС «субъект – посессивность – объект»: *Ольга имеет любовника; Режиссер имеет ассистента.*

Заметим, что конструкция с глаголом *иметь* не является стилистически нейтральной, поэтому, несмотря на возможность ее использования, в большинстве случаев предпочтительнее конструкция предыдущего типа. Ср.: *Лауреат имеет жену.*

5. Отношение продукта: «деятель – продукт». В позиции посессора выступают существительные ЛГР антропонимов, в позиции объекта посессивности – неодушевленные существительные, называющие продукты деятельности: *Южин читал* ***заключение Голицына*** *вслух* (Д. Гранин); *А потом я пошел к Марине и сказал ей про* ***идею отца*** (А. Геласимов).

Атрибутивная конструкции данного типа возводятся к двуактантным вербальным предложениям (N –V – (N 2/4/ pN)), ИСС «субъект – действие – объект»: *Голицын написал заключение; Отец высказал идею.*

6. Отношение качественного признака: «личность/сущность – качественный признак личности/сущности». В позиции посессора могут быть представлены как одушевленные, так и неодушевленные существительные, в позиции объекта – существительные, выражающие непредикативный (качественный) признак субъекта: ***В совершенстве героя*** *было что-то укоряющее* (Д. Гранин); ***Уродливость его физиономии****, вырожденческая уродливость, благодаря его веселости не только сглаживается, но и оборачивается привлекательностью* (Н. Воронов).

Конструкции данной группы восходят к одноактантным адъективным предложениям (N – (cop) Adj 1/5/sh), ИСС «субъект и его качественный признак»: *Герой был совершенен; Его физиономия уродлива.*

7. Субъектное отношение: «субъект – событие/состояние». Позицию субъекта занимают как одушевленные, так и неодушевленные существительные, позицию объекта отглагольные существительные: *Заходила речь об английской монархии – он мог привести подробности* ***царствования любого из английских королей*** (Д. Гранин); *Все затихли; не слышно стало ни* ***постукивания вилок****, ни шепота, ни* ***скрипенья табуреток*** (С. Крутилин).

Атрибутивные конструкции этого типа сопоставимы с одноактантными вербальными предложениями (N – V), ИСС «субъект и его действие»: *Английские короли царствовали; Вилки постукивали, табуретки скрипели.*

8. Отношение части тела: «человек/животное – часть его тела». В позиции посессора выступают существительные ЛГР антропонимов и зоонимов. В позиции объекта, помимо наименований частей тела, также могут выступать наименования других «физических составляющих» (внутренних органов), а также наименования ближайших к человеку абстрактных сущностей, «расположенных внутри» тела: *душа, совесть, разум, сознание*: *Я ухватился* за ***шею отца*** (М. Алексеев); *У вас брови круглые, как* ***крылья ласточки*** (Д. Гранин).

9. Отношение членства: «группа/организация – ее член». В позиции посессора выступают наименования групп, коллективов, организаций, а в позиции объекта – существительные ЛГР антропонимов: *Он не желал и думать, что Крылова может не устраивать должность* ***начальника лаборатории*** (Д. Гранин); *В областной центр для вручения ордена прибыл* ***член Политбюро*** (Н. Воронов).

10. Отношение части целого: «сущность (целое) – часть сущности». В позициях обоих элементов конструкции представлены неодушевленные существительные, обозначающими конкретные предметы: *Бочкарев походил, посмотрелся в блестящий* ***наконечник пожарного шланга*** (Д. Гранин); ***Подошвы моих ботинок*** *были из фибры, костяной твердости* (Н. Воронов).

Генетивные конструкции, кодирующие последние три типа посессивного отношения (разновидности партитивного отношения), не могут быть сопоставлены с предикативными конструкциями вне особого контекста, поскольку эти отношения, связывающие посессора и объект, не являются достаточно информативными, чтобы стать предицируемыми. Ср., например, неестественность употребления имен посессора и объекта, денотаты которых соотносятся как тело и его часть: **У отца есть шея.* Упоминание о целом уже предполагает наличие его частей. Эти понятия составляют наши практические знания о мире, которые обычно не попадают в коммуникативный фокус сообщения. Таким образом, едва ли можно обоснованно утверждать, что атрибутивные конструкции данных типов вербализуют скрытые пропозиции.

Однако в случаях, когда информация о составных частях предмета (частях тела человека), понимаемого абстрактно (любой предмет данного класса/любой человек), попадает в фокус сообщения, соотнесение с предикативными конструкциями возможно: *У (любой) ласточки*

есть крылья; В (каждой) лаборатории имеется начальник; (Любые) ботинки имеют подошвы.

Наш анализ показывает, что генетивные атрибутивные конструкции, кодирующие основные типы посессивных отношений, могут быть соотнесены с предикативными конструкциями различных инвариантных семантических структур, как со специализированными посессивными конструкциями, так и конструкциями ИСС «субъект – локализация – локализатор», ИСС «субъект – действие – объект», ИСС «субъект и его действие», ИСС «субъект и его качественный признак». Следовательно, ФСП посессивности в зоне периферии пересекается с другими ФСП, в частности с ФСП локативности, качества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кибрик А. Е. Русские посессивные конструкции в свете корпусно-статистического исследования / А. Е. Кибрик, М. М. Брыкина, А. П. Леонтьев, А. Х. Хитров // Вопросы языкознания. – 2006. - № 1. – С. 16-45.

2. Копров В. Ю. Сопоставительная типология предложения / В. Ю. Копров. – Воронеж: ВГУ, 2000. – 192 с.

3. Теория функциональной грамматики. Локативность. Бытийность. Посессивность. Обусловленность. – СПб.: Наука, 1996. – 230 с.

Рецензент — В.Ю. Копров.

Статья принята к печати 12.12.2006.

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА ЖЕНА В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

© 2007 А.С. Трущинская

Воронежский государственный университет

Содержание концепта образуют дифференциальные когнитивные признаки (отдельные элементы его содержания). Отдельные признаки концепта можно выявить в текстах публицистической и художественной литературы [1, 90]. Мы провели такое исследование на примере концепта ***жена*** в русском и английском художественном тексте.

Нами были проанализированы следующие произведения современной русской литературы: «Альтист Данилов» (В. Орлов), «Веселые похороны» (Л. Улицкая), «Второе лицо» (Л. Улицкая), «Закон обратного волшебства» (Т. Устинова), «Замыслил я побег...» (Ю. Поляков), «Зимой в Афганистане» (О. Ермаков), «Кавказский пленный» (С. Маканин), «Казенная сказка» (О. Павлов), «Козленок в молоке» (Ю. Поляков), «Конец века» (О. Павлов), «Пикник» (А. Курчаткин), «Роковая ошибка» (М. Рощин), «Сквозная линия» (Л. Улицкая), повести и рассказы из сборников Д. Рубиной «Астральный полет души на уроке физики», «Когда выпадет снег», В. Токаревой «Маша и Феликс», Г. Щербакова «Отчаянная осень». Общее количество проанализированных словоупотреблений составляет около 1000000.

Проанализированы следующие произведения на английском языке: «Bridge across forever» (R. Bach), «Bridget Jones's Diary» (H. Fielding), «Chocolat» (J. Harris), «Cover of Night» (L. Howard), «How to be good» (N. Hornby), «The Secret Dreamworld of a Shopaholica» (S. Kinsella), «The Known World» (Edward P. Jones), «Mercy» (J. Garwood), «Success» (M. Amis). Общее количество проанализированных словоупотреблений составляет около 1000000.

В русском художественном тексте выявлены следующие актуализации концепта ***жена***:

1. Жена наводит страх на мужа (7 примеров).

Ты весь трусишься, когда ее видишь, можно подумать, она тебе жена (Г. Щербакова).

2. На отношение к жене влияет положение ее мужа (7 примеров).

Одно дело – снимать студентку, другое дело – жену великого Ковалева (В. Токарева).

3. Жену нельзя обижать (6 примеров).

– Жаль... жена просто извелась. Жалко смотреть. Все-таки не чужие (Ю. Поляков).

4. Жена – типичный предмет разговора (5 примеров).

– Как зовут твою жену? – спросила Татьяна (В. Токарева).

5. Жена должна заботиться о муже (5 примеров).

И вообще, Лева был неухожен, будто у него не было ни одной жены (В. Токарева).

6. Муж может бросить жену (4 примера).

Из-за этого жен не бросают. Как не бросают жену из-за того, что ей вырвали больной зуб, а новый, вставной, на штифту, выглядит неважно и даже посинел у корня... (Ю. Поляков).

7. Жену муж окружает заботой, вниманием (4 примера).

– Понятно... – проговорила Люля. – Жена – священная корова (В. Токарева).

8. Жена должна быть хорошей хозяйкой (3 примера).

Башмаков не упустил возможность и глянул на жену с привычным упреком: вот ведь какие хозяйки бывают! (Ю. Поляков).

9. От жены муж скрывает измену (3 примера).

Не бойтесь, Олег Трудович, вы же взрослый человек, никто ничего не узнает. И ваша жена тоже (Ю. Поляков).

10. Бывшие супруги не находятся в дружеских отношениях (3 примера).

Что же, Клавдия умела любить, подумал Данилов с неожиданной нежностью к прежней жене (В. Орлов).

11. Иметь заботливую жену – счастье для мужа (3 примера).

Но что самое интересное, этот лох вытянул счастливый билет: она оказалась верной, заботливой и трудолюбивой женой (Ю. Поляков).

12. У жены есть свои права, с которыми нужно считаться (3 примера).

Полагалось сказать: «Я же жена!» – но выговорить такое неловко, потому что она сама еще не привыкла к этому слову, а Коля как-то тихо слинял, вот стоял, говорил что-то, а потом его мама объявила: «Спит!» (Г. Щербакова).

13. Муж хотел бы подчинить себе жену (3 примера).

Петр Никифорович посмотрел на жену с усталой укоризной отчаявшегося дрессировщика (Ю. Поляков).

14. Жене муж может не все рассказывать (2 примера).

Нинка вслед:

– Смотри! Чтобы тебя жена не засекла! (В. Токарева).

15. Жена не должна мешать мужу выпивать (2 примера).

Жена, во время застолий хватающая своего мужа за руку, несущую к устам наполненную рюмочку, всегда плохо заканчивает! (Ю. Поляков).

16. Жена может материально обеспечивать семью (2 примера).

– А как вы выкручиваетесь?

– Жена работает (В. Токарева).

17. Женой муж может быть недоволен (2 примера).

– Автомобиль как жена. Недостатки можно выявить только в процессе эксплуатации (Ю. Поляков).

18. Жену муж любит (2 примера).

Впрочем, все можно объяснить проще: Башмаков любил жену (Ю. Поляков).

19. Жену должен материально обеспечивать муж (2 примера).

Но сын объяснил: непрестижно быть бедным и сидеть на шее у жены (В. Токарева).

20. Жена агрессивно реагирует на уход мужа (2 примера).

Ведь диспетчер фирмы мог предупредительно позвонить накануне для подтверждения заказа и нарваться на Катю, а уходить из дому с арьергардными боями, выслушивая проклятия и насмешки жены, он не желал (Ю. Поляков).

21. К жене муж проявляет уважение (2 примера).

Все-таки к тому времени мы прожили с твоей матерью почти девять лет, а это – как ты говоришь? – вот-вот: не кот начихал... (Д. Рубина).

22. Жена должна быть достойным человеком (2 примера).

Все эти пять лет каждую минуту ты давал мне понять, что я – низкая, подлая тварь и недостойна быть ни твоей женой, ни матерью Филиппа (Д. Рубина).

23. Между женой и мужем должно быть взаимопонимание (2 примера).

И только галантный Уби Ван Коноби провозгласил тост за жену новоиспеченного кандидата, ибо муж и жена не только одна сатана, но еще и как бы соавторы, единая научно-исследовательская группа (Ю. Поляков).

24. Жена должна быть верна мужу (2 примера).

Тогда возникла версия, будто он застал свою жену то ли с самим вождем, то ли с кем-то из членов Политбюро, а жена вместо раскаяния, как говорится, рассмеялась ему в лицо (Ю. Поляков).

25. Жена любит мужа, несмотря на его недостатки (1 пример).

Но ты не расстраивайся, тебя жена все равно любить будет... (Ю. Поляков).

26. Жена с мужем – близкие люди (1 пример).

Должна бы Клавдия была понять, что они с Наташей – близкие, брат с сестрой, муж с женой, а она тут чужая... (В. Орлов).

27. Мнения жены и мужа могут не совпадать (1 пример).

На попытки завистников через прессу доказать, будто в данном случае чрезвычайно уместна поговорка «Муж и жена – одна сатана», Бодалкина остроумно ответила тоже через прессу, что хоть муж и жена – едина плоть, но не един мозг! (Ю. Поляков).

28. С женой муж советуется (1 пример).

Я же ей подробно сообщил: жена, что делать? Зима еретическая на дворе; говорить ли мне или молчать? (О. Ермаков).

29. Муж может не демонстрировать нежности к жене (1 пример).

Именно это безмятежное неведение жены и вызывало в нем особенную жалость, незаметно переходящую в нежность, которую – для безопасности – приходилось даже немножко скрывать (Ю. Поляков).

30. Муж выполняет поручения жены (1 пример).

Выполняя волю жены, Башмаков купил хлеба и молока, а потом, опираясь на многолетний семейный опыт, добавил упаковку черкизовских сосисок и маленький торт «Триумф» (Ю. Поляков).

31. Жену и мужа объединяют общие воспоминания (1 пример).

Но об этом Олег узнал лишь через несколько лет, когда в разговорах с женой впервые стал мелькать грустно-трогательный вопрос: «А помнишь?..» (Ю. Поляков).

32. Жене посвящают много сил, времени (1 пример).

Но настоящей его женой была музыка (В. Токарева).

33. Жена – хранительница домашнего очага (1 пример).

Это не помешает моей музыке?

– Нет. Это помешает твоей жене (В. Токарева).

34. Жена должна принадлежать мужу (1 пример).

Важно – Эля и Мариша. Однако Эля – чужая жена (В. Токарева).

35. Смерть жены муж тяжело переживает (1 пример).

Он резко сдал после смерти жены, еще больше похудел и носил теперь все вещи, купленные в детских товарах (Г. Щербакова).

36. Неверные жены могут быть ласковыми (1 пример).

Они возвратились с удвоенной лаской, как возвращаются неверные жены (Д. Рубина).

37. От жены невозможно ничего скрыть (1 пример).

Как выпивающий мужчина никогда не перепутает на вкус пиво и «Зубровку» (хотя цвет примерно одинаковый), так жена выпивающего мужчины никогда не ошибется, что именно – пиво или «Зубровку» – употребил супруг, прежде чем заявится домой (Ю. Поляков).

38. Высокое положение жены заставляет считаться с ее мужем (1 пример).

С Корсаковым считаются. У него жена работает в Центробанке (Ю. Поляков).

39. С женой муж делится интересной информацией (1 пример).

«Ну, началось!» – подумали вы и принялись криком звать с кухни жену (Ю. Поляков).

40. Жена не любит, когда муж выпивает (1 пример).

– Скоро узнаете... Он пил?

– Да. Четыре раза заказывал. Даже жена стала ругаться... (Ю. Поляков).

41. Жена может относиться к мужу без снисхождения (1 пример).

Как уважающая себя молодая жена, Катя утром в презрительном молчании собиралась и уходила на работу в школу, а потом сердилась на мужа долго и самозабвенно (Ю. Поляков).

42. Жену невозможно изменить (1 пример).

Это ведь с возрастом понимаешь, что жаловаться людям на собственную жену так же нелепо, как жаловаться на свой рост или, скажем, рельеф физиономии (Ю. Поляков).

В русских произведениях актуализируются 42 когнитивных признака, в английских – 36:

1. Муж может бросить жену (4 примера).

There won't be any men leaving their families and postmenopausal wives for young mistresses, or trying to chat women up by showing off in a patronizing way about all the other women throwing themselves at them, or trying to have sex with women without any niceness or commitment, because the young mistresses and women will just turn around and tell them to sod off and men won't get any sex or any women unless they learn how to behave properly instead of cluttering up the sea-bed of women with their SHITTY, SMUG, SELF-INDULGENT, BEHAVIOR! (H. Fielding).

2. Жена должна осознавать свои обязанности перед мужем (4 примера).

«Jose,» he says softly, «this is stupid. Just come out and we can talk about it properly. You're my wife, Jose. Doesn't that deserve at least, another try?» (J. Harris).

3. Жена заботится о муже, о семье (4 примера).

«Moses, we gon start with the kitchen. A wife needs a place to fix her meals for her family. Thas where we gon start» (Edward P. Jones).

4. Муж дорожит женой (4 примера).

Consciousness can shape itself three-dimension into a waitress turned prophet of God; it can be a daisy, a spirit-guide, a biplane in a meadow; it can be an aviator just wakened from a dream, loving the smile of his wife asleep; it can be the kitten Dolly in mid-spring to the bed impatient where PLEASE is the catfood this morning? (R. Bach).

5. Женой муж восхищается (3 примера).

«What a lovely body! You're so... impossibly lovely, and you're my wife! How can those fit together?» (R. Bach).

6. Между женой и мужем бывают конфликты (3 примера).

I decide, on the spot, to let God into my heart, in the hope that my new-found faith can somehow be used as a vicious weapon in the marital war (N. Hornby).

7. Разговор о жене собеседника типичен для общения (3 примера).

«What's his wife's name?» (N. Hornby).

8. Жена должна принадлежать мужу (2 примера).

No one in aviation likes strangers to touch their airplanes without permission – not so much because the airplanes could be damaged as because it is unjustified familiarity, as though a curious stranger might walk by and touch one's wife, to see what she feels like (R. Bach).

9. Жена не должна расставаться с мужем (2 примера).

I would hate, Master, for us to be took apart after she my wife (Edward P. Jones).

10. Жена может влиять на поведение мужа (2 примера).

*«Does your **missus** mind?»* (Edward P. Jones).

11. Бывшие супруги находятся в недружеских отношениях (2 примера).

You needn't even bother telling your ex-wife you want to see your kids again (N. Hornby).

12. Хорошая жена – счастье для мужа (1 пример).

I would like him to recognize that his life is OK, that his children are wonderful, that he has a loyal and loving and – sod it – a not unattractive or unintelligent wife, and enough money for babysitters and meals out and the mortgage... (N. Hornby).

13. Муж может давать жене советы (1 пример).

Now I realize that there are all sorts of suggestions a husband might make to a wife, and not all of them are worthy of respect (N. Hornby).

14. Жена и муж должны вместе решать проблемы (1 пример).

«I'm not looking for forgiveness. I want to talk about it. I want to explain. I want you and I to go out and attempt to communicate. As husband and wife» (N. Hornby).

15. Бывшие жены критикуют мужей (1 пример).

You see? Ex-wives: really, everybody should have at least one (N. Hornby).

16. Жена должна быть дружелюбна с мужем, выбирать слова в разговоре с ним (1 пример).

«Did you? Gosh. That's not very friendly, is it? Not a very nice thing for a wife to say to her husband» (N. Hornby).

17. От жены муж скрывает измену (1 пример).

Wouldn't have lost my job, my wife wouldn't have found out... (N. Hornby).

18. Жена может изменять мужу (1 пример).

And then you read the story about the poor bastard: his wife was sleeping with his best friend, he'd lost his job, his daughter had been killed in a road accident some months before... (N. Hornby).

19. Жена может не понимать мужа (1 пример).

I had hardly exchanged a word with Maureen, and I didn't even know her surname; but she understood more about me than my wife had done in the last five years of our marriage (N. Hornby).

20. Жена может агрессивно относиться к бывшему мужу (1 пример).

I heard Daniel on the phone arranging to meet Pukey tonight and he said in a topsy-bunny voice, «Not too bad... so far,» and I knew he was talking about my reaction, as if I were an emotionally unbalanced ex-wife or something. Am seriously considering face-lift (H. Fielding).

21. От жены муж может требовать подчинения (1 пример).

«You don't understand,» he whines. «She's my wife. I care for her. I don't know what she's been telling you, but?» (J. Harris).

22. Жена разделяет высокое положение мужа (1 пример).

I can feel the bubbles surging into my head, singing happily, «I'm going to be a millionaire's wife! I'm going to be a millionaire's wife!» (S. Kinsella).

23. К жене муж может жестоко относиться (1 пример).

To know a man beats his wife – to know in secret – is one thing (J. Harris).

24. Свою жену муж может ревновать (1 пример).

«I don't envy your husband his airplane,» I said. «I envy him his wife» (R. Bach).

25. Жена может вдохновлять мужа (1 пример).

«What was the question?» I said. «Oh. Where do I get my crazy ideas? Answer: sleep-fairy, walk-fairy, shower-fairy. Book-fairy. And in these last few years, from my wife» (R. Bach).

26. Семья, жена могут быть не главной ценностью в жизни (1 пример).

Finding a wife had been near the end of a list of things he planned to do with his life (Edward P. Jones).

27. Жена должна быть достойным человеком (1 пример).

He had received some education when he was twenty and twenty-one, educated just enough to appreciate a wife like Caldonia, a colored woman born free and who had been educated all her days (Edward P. Jones).

28. У жены много хлопот (1 пример).

«A woman, especially a married one, is nothing without her personal servant» (Edward P. Jones).

29. Жена должна быть верна мужу (1 пример).

«I still am your wife, so am I forgiven?» (Edward P. Jones).

30. Жена и муж разделяют проблемы друг друга (1 пример).

«A man would think that the debt of one be the debt of the other when two people are one and the same as man and wife» (Edward P. Jones).

31. У жены и мужа теплые дружеские отношения (1 пример).

Skiffington would not remember in a few days who told him that Moses and his mistress had supper – «just like some man and his wife be eatin» – just before the slaves disappeared (Edward P. Jones).

32. К жене нужно бережно относиться (1 пример).

Elias took his wife's hand. It was not much, a day or even a week of good work to throw in the overseer's face; it was not worth a baby's life or his wife's sorrow, but it was what he had (Edward P. Jones).

33. Супруги могут не любить друг друга (1 пример).

What you don't ever catch a glimpse of your wedding day – because how could you? – is that some days you will hate your spouse, that you will look at him and regret ever exchanging a word with him, let alone a ring and bodily fluids (N. Hornby).

34. Отношения между супругами – их личное дело (1 пример).

I want to find out how he could ask our daughter to choose between one parent and another, and why he was so unthinkingly cruel to Tom, and why he's been telling the parents of small boys called Joe Salter, or friends of the parents of small boys called Joe Salter, or even small boys called Joe Salter, about our marital difficulties (N. Hornby).

35. У супругов свой стиль общения (1 пример).

And he makes a zigzaggy gesture, the exact meaning of which is lost on me, but which I presume is intended to indicate wonky marital communication (N. Hornby).

36. Супруги делят обязанности между собой (1 пример).

Medical qualifications belong on my side of the great marital divide, and are therefore to be despised (N. Hornby).

Приведем таблицу сравнительной частотности когнитивных признаков концепта *жена*, которые актуализируются в произведениях современной русской и английской литературы:

Когнитивные признаки.	Количество примеров (рус).	Количество примеров (англ.)
Жена наводит на мужа страх.	7	0
На отношение к жене влияет положение ее мужа.	7	1
Жену нельзя обижать.	6	0
Разговор о жене собеседника типичен.	5	3
Жена должна заботиться о муже.	5	4
Муж может бросить жену.	4	4
Жену муж окружает заботой, вниманием.	4	0
Жена должна осознавать свои обязанности перед мужем.	0	4
Жена должна быть хорошей хозяйкой.	3	0
От жены муж скрывает измену.	3	1
Бывшие супруги не находятся в дружеских отношениях.	3	3
Иметь жену – счастье для мужа.	3	1
У жены есть свои права, с которыми нужно считаться.	3	0
Муж хотел бы подчинить себе жену	3	1
Жене муж может не все рассказывать.	2	0
Жена не должна мешать выпивать мужу.	2	0
Жена может материально обеспечивать семью.	2	0
Женой муж может быть недоволен.	2	0
Жену муж любит.	2	4
Жену муж должен материально обеспечивать.	2	0
Жена агрессивно реагирует на уход мужа.	2.	1
К жене муж проявляет уважение.	2	0
Жена должна быть достойным человеком.	2	1
Между женой и мужем должно быть взаимопонимание.	2	0
Жена должна быть верна мужу.	2	1
Жена любит мужа, несмотря на его недостатки.	1	0
Жена с мужем – близкие люди.	1	0
Мнения жены и мужа могут не совпадать.	1	1
С женой муж советуется.	1	0
Привычно отсутствие нежности к жене.	1	0
Муж может выполнять поручения жены.	1	0
Жену и мужа объединяют общие воспоминания.	1	0
Жена помогает мужу в карьерном росте.	1	0
Ведущее место в семье занимает жена.	1	0
Жене посвящают много сил, времени.	1	0
Жена – хранительница домашнего очага.	1	0
Жена должна принадлежать мужу.	1	2
Смерть жены муж тяжело переживает.	1	0

Неверные жены могут быть ласковыми.	1	0
От жены невозможно ничего скрыть.	1	0
Высокое положение жены заставляет считаться с ее мужем.	1	0
С женой муж делится интересной информацией.	1	0
Жена не любит, когда муж выпивает.	1	0
Жена может относиться к мужу без снисхождения.	1	0
Жену невозможно изменить.	1	0
Жена собеседника не представляет интереса.	1	0
Женой муж может восхищаться.	0	3
Между женой и мужем могут быть конфликты.	0	3
Жена не должна расставаться с мужем.	0	2
Жена может влиять на поведение мужа.	0	2
Жене муж может давать советы.	0	1
Жена и муж должны вместе решать проблемы.	0	1
Жена должна быть дружелюбна с мужем, выбирать слова в разговоре с ним.	0	1
Жена может быть неверна мужу.	0	1
Жену может иметь только достойный человек.	0	1
К жене муж может относиться жестоко.	0	1
Свою жену муж может ревновать.	0	1
Жена может вдохновлять мужа.	0	1
Семья, жена могут быть не главной ценностью жизни.	0	1
У жены много хлопот.	0	1
У жены и мужа теплые дружеские отношения.	0	1
К жене нужно бережно относиться.	0	1
Супруги могут не любить друг друга.	0	1
Отношения между супругами – их личное дело.	0	1
У супругов свой стиль общения.	0	1
Супруги делят обязанности между собой.	0	1

Таким образом, в проанализированных произведениях на русском и английском языках в равной мере актуализируются признаки, свидетельствующие о том, что жена должна быть хорошей хозяйкой, должна окружать мужа заботой, вниманием (это третий по частотности признак в русских произведениях и первый в английских произведениях); муж и жена – близкие люди; жена должна быть достойным человеком. Муж в свою очередь любит жену, заботится о ней. Хорошая жена – счастье для мужа. Муж может требовать от жены подчинения. Между женой и мужем должно быть взаимопонимание. Также можно выделить признаки, указывающие на то, что жена и муж неверны друг другу, у них есть друг от друга секреты, муж может бросить жену.

Интересно отметить, что и в русских, и в английских произведениях актуализируется такой признак, как на отношение к жене влияет положение ее мужа. Но в русской литературе этот признак является одним из частотных (7 примеров), а в английской литературе он единичен (1 предложение с данным признаком).

Только в русских произведениях актуализированы такие признаки, как жена наводит страх на мужа (этот признак является одним из частотных признаков, 7 примеров с таким признаком были отмечены в русских произведениях*)*; жену нельзя обижать (это второй по частотности признак), у жены есть свои права, с которыми нужно считаться; жена может материально обеспечивать семью; жена помогает мужу в карьерном росте; от жены невозможно ничего скрыть.

Наиболее частотными в английских текстах являются следующие признаки: жена должна осознавать свои обязанности перед мужем; жена заботится о муже, о семье; муж может бросить жену; муж любит жену; муж восхищается своей женой; между женой и мужем могут быть конфликты.

Частотные когнитивные признаки – это наиболее коммуникативно релевантные, следовательно, этническое сообщество об этом часто говорит, часто обсуждает эту проблему.

В целом из 66 когнитивных признаков, которые объективируются в русских и английских художественных произведениях, 21 % признаков совпадают, а 79 % признаков различаются. Таким образом, национально-специфическое содержание концепта *жена* в русской и англоязычной концептосфере заметно превышает общие для двух культур концептуальные признаки. Концепт *жена* следует признать национально-специфическим.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Изд-во «Истоки», 2006. – 226 с.

Рецензент — И.А.Стернин.
Статья принята к печати 12.12.2006.

ТРАДИЦИИ А.И. КУПРИНА В РАССКАЗЕ А. И. НЕСМЕЛОВА “БОГОИСКАТЕЛЬ”

© 2007 Т.Ф. Ускова

Воронежский государственный университет

Николка. Ты скажи, что там под Трактиром делается?
Мышлаевский. Метель под Трактиром...
Алексей. Зачем же, не понимаю, вас под Трактир понесло?
Мышлаевский. А мужички там эти под Трактиром. Вот эти самые милые мужички-богоносцы из сочинений Льва Толстого!
Николка. Да неужели! А в газетах пишут, что мужики на стороне гетмана...

М. Булгаков. “Дни Турбиных”.

Арсений Несмелов (А. И. Митропольский) приобретает в настоящее время известность как один из ведущих поэтов “русского Харбина”. Гораздо менее, чем стихи, известна его проза. Можно сказать, что серьезному анализу она почти не подвергалась, в числе немногих удачных попыток – блестящее предисловие Е. В. Витковского к сборнику поэзии и прозы А. Несмелова “Без Москвы, без России”, соответствующая статья в книге В. В. Агеносова “Литература русского зарубежья” (1918–1996) и кандидатская диссертация Цзяо Чень “Русский литературный Харбин 1920–1930-х годов”, защищенная в Ивановском университете под руководством профессора В. П. Куприяновского.

Отчасти это можно объяснить малой доступностью прозаического материала: в 1987 году в издательстве “Антиквариат” (США) под редакцией и с комментариями Э. Штейна напечатана “Избранная проза” – шесть рассказов. У нас же в 1990 году в книге “Без Москвы, без России”, изданной “Московским рабочим”, опубликованы десять рассказов с комментариями Е. В. Витковского и А. В. Ревоненко. Однако, в отличие от стихов, и здесь проза Несмелова аналитически не рассматривалась. Исключение составляет рассказ “Маршал Свистунов”, который Е. В. Витковский определил как “типичный эмигрантский лубок на советскую тему” [1] . Еще один рассказ – “Сторублевка” – удалось отыскать в книге Е. П. Таскиной и Д. Г. Селькиной “Харбин. Ветка русского дерева”, выпущенной в Новосибирске в 1991 году.

“Богоискатель” впервые был опубликован в сборнике А. И. Несмелова “Рассказы о войне” (Харбин, 1936). Уже в названии рассказа отчетливо проявляется интерес автора к религиозно-философской проблематике, характерной для русской классической литературы, а также литературы “рубежа веков” и первой четверти XX века. Онтологическая проблематика просматривается и в том концептуальном наборе имен-маркёров, которые предлагает Несмелов в начале рассказа:

– Отвечай, Влас, кто ты есть?

– Я есть, ваше высокоблагородие, богоносец Тарского уезда Омской губернии , деревни Сухие Пеньки.

– Так! А что значит, что ты есть богоносец?

– Это значит, ваше высокоблагородие, что я есть зерно великого русского народа, который даст миру настоящего Бога.

– Кто так учил?

– Так учил штабс-капитан инженерных войск Федор Михайлович Достоевский. Сочинений их благородия я, по малограмотности, не читал, ваше высокоблагородие!

– Молодец!

– Рад стараться, ваше высокоблагородие! [1, 333]

С этого показательного диалога, собственно, и начинается завязка конфликта между основными действующими лицами – штабс-капитаном Ржещевским и его субалтерн-офицером подпоручиком Бубекиным. Для уяснения сути конфликта имена русских писателей и явлений социальной жизни складываются автором в определенный культурный дискурс: Ф. М. Достоевский (см. начало), Л. Н. Толстой (упоминание Платона Каратаева), А. П. Чехов, Д. С. Мережковский, Религиозно-философские собрания и, наконец, А. И. Куприн, к которому А. И. Несмелов относился с подчеркнутым пиететом. Это объяснимо и биографически – А. Несмелов закончил тот же военный корпус в Москве, что и А. И. Куприн,

и "литературно" – проблематика творчества Куприна, автора "Кадетов", "Юнкеров" и "Поединка", была близка бывшему офицеру Митропольскому.

Латентная апелляция к роману А. И. Куприна "Поединок" присутствует уже в начале рассказа "Богоискатель". Та "словесность", которой учит Ржещевский своего денщика Власа, прямо корреспондирует к началу романа Куприна: «***"В полку между офицерами была распространена довольно наивная… игра: обучать денщиков разным диковинным, необыкновенным вещам. Подпоручик Епифанов любил задавать своему денщику мудреные, пожалуй, вряд ли ему самому понятные вопросы. "Какого ты мнения, друг мой, – спрашивал он, – о реставрации монархического начала в современной Франции?" И денщик, не моргнув, отвечал: "Точно так, ваше благородие, это выходит очень хорошо". Поручик Бобетинский учил денщика катехизису, и тот без запинки отвечал на самые удивительные, оторванные от всего вопросы: "Почему сие важно в-третьих?" – "Сие в-третьих не важно", или: "Какого мнения о сем святая церковь?" – "Святая церковь о сем умалчивает". У него же денщик декламировал с нелепыми трагическими жестами монолог Пимена из "Бориса Годунова". Распространена была также манера заставлять денщиков говорить по-французски: бонжур, мусьё; бони нюит, мусьё; вуле ву дю те, мусьё, – и все в том же роде, что придумывалось, как оттяжка, от скуки, от узости замкнутой жизни, от отсутствия других интересов, кроме служебных»*** [2, 23].

Внешнее сходство с купринским текстом усиливается упоминанием о неудачном экзамене в военную академию, о котором говорит штабс-капитан Ржещевский.

Разговор между Ржещевским и Бубекиным касается одного из самых важных вопросов русской общественной жизни – вопроса о месте образованных людей, интеллигенции, в русской истории, о ее роли в социальной жизни и на войне. Ржещевский сильно раздражен, он горячится и часто делает жесткие, а порой и несправедливые, выводы: ***"Вот вы восхищаетесь разными там Платонами Каратаевыми, а нынешние Каратаевы – вон они!.. Ведь они до сих пор еще не делают разницы между полом и писсуаром. Зайдите в уборную любого вагона третьего класса и вы убедитесь в этом. А как они злы, тупы, ужасны… Вы думаете, что наш современный землячок-Каратаев не прикалывал раненых? Не обирают их, даже своих, наши санитары? Я застрелил одного…"*** [3, 340]. Бубекин старается не поддаваться раздражению, он не хочет ссоры с человеком, с которым вынужден делить землянку, и объясняет себе горячность Ржещевского лишь тем, что ***"капитан бранит интеллигенцию потому только, что сам всего-навсего – неудавшийся интеллигент; господин, провалившийся на экзамене в какую-то там академию и на всю жизнь этим обстоятельством уязвленный"*** [3, 340]. На этом уровне позиция Бубекина кажется более гуманной, тем более что младший офицер в силу своего характера и служебного положения находится ближе к солдатам, лучше знает их и по-человечески жалеет, видя их тяжелый окопный быт: «***"Месяцами – мокрая одежда, мокрая обувь, вещевой мешок под голову, твердая от грязи шинель вместо одеяла. И так год за годом – третий год.***

"Герои? – думал Бубекин, обходя землянки своей полуроты. – Нет, скорее мученики…"» [3, 340]. От природы незлой Бубекин не понимает внутреннего раздражения Ржещевского, он размышляет о том, ***"откуда у его ротного эта странная, позорная даже, озлобленность против несчастных, горемычных наших солдат. И не находил субалтерн ответа, не понимал своего начальника"*** [3, 341].

Ситуация становится ясней, когда социально-политическая проблематика спора выходит на онтологической уровень – Ржещевский поднимает вопрос о вере и Боге. Причем ничего теоретически нового в спор офицеров автор не привносит – принципиально новой является та психологическая реакция, которой сопровождается этот процесс. Вопрос о вере для капитана чрезвычайно важен, Ржещевский искренне хочет понять своего субалтерна:

– Вы перед боем креститесь? – спросил он однажды вечером Бубекина, поворачивая к нему свое длинноносое, узкое, совсем птичье лицо, красновато освещенное с одной стороны керосиновой лампочкой. – Осеняете себя крестным знамением перед атакой, скажем?

– Нет, – ответил валявшийся на койке Бубекин.

– Побороли в себе это?

– Да нет же! – позевывал (выделено мной. – ***Т.У.***) ***субалтерн. – Ничего и побороть мне не пришлось. Я же вам говорил уже, что я равнодушен к вере. Не чувствую потребности"*** [3, 341].

И это не бахвальство совсем молодого человека – Бубекин действительно не имеет этой "потребности"! На наш взгляд, именно здесь А. Несмелов привлекает внимание читателя к очень важной проблематике, уже не столь, может быть, очевидной с началом Первой мировой войны, но обострившейся к началу революции 1917 года – к проблематике "если Бога нет – значит, все позволено", к проблематике Ф. М. Достоевского (недаром его имя звучит в начале рассказа). Как человек, прошедший Мировую и гражданскую войны, А. И. Несмелов показывает, насколько изменился социальный «фенотип» и

русского человека, и русского офицера. Бубекин уже не купринский Ромашов, внешне смешной и слабый, но внутренне честный и сильный. Бубекин, по наблюдению автора, научился легко "договариваться" сам с собой, уходя от "ненужных", как ему кажется, размышлений и вопросов. И "социалистическая" реплика Бубекина ***"а если его (меч) вам всунули в руку?"*** [3, 341] – не более чем попытка переложить необходимость онтологического выбора на исторические обстоятельства, на социально-политические условия – самодержавие, любовь к родине, естественное желание выжить на войне... Несмелов, прошедший свой военный путь до конца, уже знает, что такие, как Бубекин, скоро сделают свой выбор, сумев переступить и через присягу, и через веру, и даже через Бога.

Бубекин очень трезво воспринимает внешнюю, бытовую религиозность "нижних чинов", естественно принимая желание людей хоть чем-то защититься от ежеминутно грозящей смерти: ***"Креститесь себе на здоровье и перед боем, и после боя, и когда вам угодно, лишь бы помогало. В этом и весь резон веры.***

– Так, стало быть, по-вашему, религия нечто вроде успокоительных капель? – и Ржещевский развел руками. – Уж это, знаете, хуже всякого атеизма!.. Вот я вам сейчас прочту, что по этому поводу пишет Мережковский"[3, 342]. Апелляцию капитана к имени Д. С. Мережковского Бубекин отклоняет, рассказывая пошлый анекдот и советуя командиру "не мудрствовать лукаво". Ржещевский очевидно смущен и возмущен снижением, профанацией важных для него вопросов: ***"Он ничего не ответил, видимо, обиженный. Лишь одевшись и уже покидая землянку... он проворчал злобно:***

– Во всем, что вы говорите, всегда ужасная самоуверенность. И тупость какая-то... семинарская...

– Не я затеваю эти разговоры! – озлился и Бубекин, тоже поднимаясь. – И если желаете знать, ваше философствование мне до чертиков надоело..." [3, 342].

В условиях "окопного существования" такое философствование не просто неактуально – оно становится опасным для дальнейшей жизни. Бубекину удалось, оставаясь неплохим, внимательным командиром для своих солдат, просто избавиться от "атавизма" веры – иначе ему не выжить, как показывает писатель, в грядущей революции и гражданской войне.

Капитан Ржещевский, по мысли автора – обречен. В условиях упростившего все и вся XX века с его кровавым опытом он кажется старомодным, как показались бы старомодными в окопах Первой мировой войны кавалергарды и гусары девятнадцатого века. Ржещевский искренне пытается найти свою веру, мучительно взыскует ее, отрицает, ошибается – но, по крайней мере, он честен наедине с собой, а для Бубекина такая честность – уже роскошь, только мешающая реализации "потребностей".

Во внутреннем "споре" офицеров концептуально значимым А. Несмелов делает эпизод с черемисом Мастудой и солдатом Парфеновым (думается, что столь экзотическую национальность этот персонаж получил не случайно – достаточно вспомнить ромашовского черемиса Гайнана из "Поединка"). Проходя мимо своей полуроты, Бубекин слышит шумный спор. Оказывается, что ефрейтор Парфенов продал подаренный образок Мастуде, а перед наступлением требует его обратно, вызывая порицание остальных солдат: "***он, ваше благородие, ни во что не верит, когда мы смирно стоим, гордится, стало быть, а как разговоры о наступлении пойдут, так и подавай ему образок. Обратно отбирает!"*** [3, 350]. Бубекин старается разрешить конфликт, не затрагивая его нравственной составляющей, но это ему не удается – появляется Ржещевский и наказывает провинившихся по всей строгости: ***"Даже в темноте землянки было видно, как зло поблескивали глаза начальника.***

– Не взводная землянка, – ядовито обратился он к Бубекину, – а прямо собрание религиозно-философского общества!.. Ты, – рывком обратился он к Парфенову, – образками, богоносец, торгуешь?" [3, 350].

Солдатам непонятна ярость Ржещевского, его живая реакция на "упрощенное" отношение к религии. И не случайно здесь появление нового персонажа. Парфенов – еще один вариант "человека без веры", но без внешнего обаяния Бубекина.

Поведение Ржещевского заставляет подпоручика размышлять: «***"Ржещевский завидует даже самому наивному проявлению веры... Ах, несчастный богоискатель!.. "Но неужели так больно без Бога? – с удивлением подумал он. – А я? Почему у меня нет ничего этого и мне оно совершенно не нужно?"***» [3, 351]. Именно "богоискательство" старшего товарища заставило Бубекина задуматься о важных вещах, о том, что казалось "невостребованным" в условиях военной жизни: ***"Совсем на дне души, под пластами желаний, надежд, тоски, под ворохом всяческих знаний... лежало что-то большое и теплое, и именно оно-то, лишенное навязчивости, не лезшее в глаза, и делало все остальное живым и нужным. Ведь именно оно... наполняло душу Бубекина ласковой снисходительностью к людям, заставляя ее... в одинаковой мере жалеть и смешного солдата, и несчастного Ржещевского. И не оно ли позволяло душе унижаться до трясучего***

страха перед смертью, отрицало смерть, не верило в ее всемогущество? И это было Богом Живым" [3, 351].

Рассказ "Богоискатель" заканчивается гибелью штабс-капитана Ржещевского. Не найдя своего Бога, штабс-капитан стал сознательно искать смерти. И нашел ее от руки человека, которому Бог был абсолютно не нужен: «***"в сырой яме… лежал Ржещевский. Угораздило же его выйти на наш секрет со стороны противника и не ответить на крупным шепотом просеянное в ночь: "Кто идет?" А старшим секрета был ефрейтор Парфенов, слесарь с московского завода Бромлей. По уставчику действовал ефрейтор"***» [3, 353].

Оставаясь в рамках традиционной военной прозы, обозначенной корпусом имен русских писателей XIX–XX веков, Арс. Несмелов в своих военных рассказах, опираясь на тексты А. И. Куприна, по-новому решает проблемы, поставленные изменившимися условиями отечественной истории XX века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Витковский Е. В. «На сопках Манчжурии» : Вступ. ст. // А. Несмелов Без Москвы, без России / А. Несмелов. – М. : Московский рабочий, 1990. – 453 с.

2. Куприн А. И. Поединок / А. И. Куприн. – М. : Учпедгиз, 1954. – 204 с.

3. Несмелов А. Без Москвы, без России / А. Несмелов. – М.: Московский рабочий, 1990. – 453 с.

Рецензент – Н. А. Молчанова.
Статья принята к печати 11.12.2006.

ПОЛИСЕМИЯ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ

© 2007 Е.Ю. Федосова

Воронежский государственный университет

Известно, что фразеологизмы способны вступать в такие же семантические связи и отношения, в какие вступают слова; фразеологизмы могут быть однозначными и многозначными, в этом они тоже похожи на слова. Относительно лексики считается, что многозначность (полисемия) – одна из важнейших особенностей лексики, одна из важнейших особенностей человеческого языка вообще.

Один из спорных вопросов полисемии в лингвистической науке – сколько понятий выражает многозначное слово? По этому поводу существуют противоположные точки зрения: одно слово имеет различную понятийную отнесенность, «слово для того и получает новое значение, чтобы выразить новое, иное понятие: богатство мысли выражается богатством языка» [12, 8], «полисемия... является неизбежным следствием диспропорции, существующей между числом знаков речи и огромным количеством понятий, ищущих выражения в языке» [6, 70], «смысловым центром многозначного слова может служить только остающаяся неизменной понятийная отнесенность данного слова» [1, 161]. Необходимость называть новые предметы и явления, выражать новые понятия является неоспоримым стимулом возникновения новых значений, оформляемых системой языка, внутренние отношения которого – основа их разграничения.

В связи с проблемой многозначности слова находится вопрос о роли контекста, сочетаемости. От решения последнего зависит, в свою очередь, ответ на вопрос о том, что первично – значение слова или сочетаемость, контекст.

В современном языкознании многозначное слово понимается как относительно самостоятельная единица, реализующая свои варианты в контекстах. «Новые значения слов возникают в результате семантических преобразований старых значений по законам системы языка; контекст не создает, а конкретизирует, уточняет, воспроизводит значения слов» [12, 15], «полисемия – результат обобщения, результат группировки и исторического наращивания разных значений в пределах одного слова» [2, 22], «контекст представляет собой средство уточнения значений слова, средство реализации, обнаружения лексических значений, то есть контекст – явление вторичное по отношению к лексическому значению, хотя и небезразличное к последнему» [16, 38]. В.В. Виноградов писал, что «...вне зависимости от его данного употребления слово присутствует в сознании со всеми своими значениями, со скрытыми и возможными, готовыми по первому поводу всплыть на поверхность» [3, 14]. Но существует и противоположная точка зрения на соотношение полисемичного слова и контекста, согласно которой значение лексемы каждый раз при употреблении создается контекстом. Так, А. Ф. Ефремов считает, что контекст «создает полисемию слова, давая возможность появиться новым значениям с точным их употреблением в каждом конкретном случае» [4, 7].

Концепции русских фразеологов, исследующих полисемию фразеосочетаний (ФС), достаточно противоречивы; лексическое и фразеологическое значения (ФЗ) имеют существенные сходства и значительные различия. Мы придерживаемся той точки зрения, что и слово и фразеосочетание репрезентируют в языке и речи некий концепт, имеют определенный денотат. Концепты, которые составляют ФЗ, бесспорно, сложнее, чем концепты, образующие лексическое значение. Анализируя специфику фразеологической полисемии (в отличие от лексической), исследователи отмечают, что в области фразеологии это явление распространено несравненно меньше, но мы полагаем, что возможности развития многозначности у фразеологизмов могут быть даже б льшими, чем у слов.

Значение фразеологической единицы более наглядно реализуется в тексте, именно в контексте можно понять конкретный смысл данной единицы, он создает возможности различной

интерпретации значений. Вопросы включения фразеологизмов в контекст и реализация их смысловых потенций привлекают внимание многих исследователей. По мнению В. П. Жукова, «своеобразие фразеологического значения определяется также характером контекстуальных связей фразеологизма со словом, ибо контекст служит важным языковым средством обнаружения и реализации социально отработанного значения (фразеологического или лексического)» [5, 139]. Л. Н. Корнилова считает, что между значением ФЕ и ее окружением, контекстом существует двусторонняя связь, которая «проявляется в том, что значение является содержанием для контекста как формы этого содержания, «открывается», обнаруживается через контекст» [8, 270].

Значения полисемичного фразеологизма могут вступать друг с другом в определенные отношения, на которые в современной лингвистической науке имеются разные, порой противоречивые, точки зрения. Одни считают, что отношения между значениями равноправные или линейные (В. П. Жуков, В. И. Зимин, А. В. Никитин). В. П. Жуков, отмечая ведущую роль метафоризации в полисемии ФЕ, пишет: «Смысловая структура многозначных фразеологизмов... характеризуется известной однородностью, равноценностью отдельных значений. ...Частные значения фразеологизмов сосуществуют параллельно. Невозможно найти производное и производящее значение, ибо все они образуются на основе поочередного метафорического переосмысления разных свойств одного и того же исходного, производящего словосочетания» [5, 199]. Отдельные значения ФЕ появляются в результате поочередной метафоризации одного и того же свободного словосочетания, поэтому между этими значениями устанавливается тесная смысловая связь.

Другие исследователи (А. М. Чепасова, Н. М. Шанский) рассматривают значения полисемичного фразеологизма как иерархически связанные, подчинительные; как значение производящее и производное. По мнению Н. М. Шанского, «в многозначных фразеологических оборотах значения всегда соотносятся одно с другим, как исходное и производное, как прямое и переносное» [17, 43].

Некоторые языковеды считают, что отношения между значениями могут быть и равноправными и подчинительными, иерархическими (А. И. Молотков, В. М. Глухов, М. Ф. Палевская). Так, А. И. Молотков видит развитие полисемии фразеологизмов по двум направлениям: по пути образования переносного значения на основе первоначального значения ФЕ (повторная метафоризация) и по линии неоднократного переосмысления свободного словосочетания (параллельная метафоризация). В первом случае можно говорить о подчинительной связи между значениями, во втором – рассматривать отношения как равноценные, равноправные [15].

Опираясь на эти положения известных фразеологов, мы поставили своей задачей проанализировать способы развития многозначности у фразеологизмов. Материалом исследования послужили глагольные полисемичные ФЕ, выбранные из авторитетных фразеологических словарей. При описании ФС пользуемся символикой, предложенной М.М. Копыленко и З.Д. Поповой: Д1 – денотативное, первое значение слова; первичный, непроизводный языковой знак образа предмета, явления реальной действительности; Д2 – денотативное, вторичное, производно-номинативное значение слова; К1 и К2 – коннотативные значения, которые характеризуются наличием и отсутствием мотивированной связи с денотативной семемой [7, 44]. Нам удалось установить следующие пять способов развития многозначности ФС.

1. Параллельный способ развития фразеологических значений. ***Раздувать (раздуть) кадило – Д1Д1.*** Выражение пришло из церковно-религиозной сферы. Семема лексемы «раздуть» в денотативном статусе – ‘притоком воздуха усилить горение чего-либо; разжечь’, а лексема «кадило» означает ‘металлический сосуд на длинных цепочках с прорезной крышкой, служащий в православном и католическом богослужении для курения ладаном’.

На коннотативном уровне лексема «раздуть» (раздуть → усилить → увеличить) содержит семему ‘непомерно увеличить, придать неоправданно большое значение’. Полисемия фразеосочетания связана с актуализацией потенциальной семы «увеличивать», развитие значений происходит параллельно: ФЗ-1 по семе ‘увеличивать успешно какое-либо дело’, ФЗ-2 по семе ‘увеличивать речевую деятельность’ (с негативной оценкой).

ФЗ-1: успешно расширять какое-либо дело; развертывать какую-либо деятельность ***(К1К1)***. *– Будем работать вместе, как два компаньона... Подберем опытных служащих и* ***раздуем кадило*** *так, что ваш Громов треснет от зависти (Шишков, Угрюм-река). – Мы с маленького начнем, а потом такое* ***кадило раздуем****, что вам и не снилось (Саянов, Небо и земля). – Теперь Северьян Северьянович* ***раздул*** *свое* ***кадило*** *– куда там! Нас всех завидки берут... В прошлом году новых пять гектаров засадили (Матов, Синицы).*

ФЗ-2: поднимать шум вокруг какого-либо дела, поступка и т.п. ***(К1К1)***. *– Разгласят о твоем поступке повсюду, узнают о нем в завкоме, в парткоме, в многотиражке, гляди, пропечатают...*

*– Все Нечипорук будет **кадило раздувать**? (Караваева, Разбег). – Понимаешь, Татьяна Николаевна, – доверительно заговорил Прокофий, глядя в землю и вороша кустик носом ботинка, – не то что защиты, а чтобы **не раздувать кадило** (Бабаевский, Свет над землей).*

ФЗ-1 ←***ФС (Д1Д1)***→ ФЗ-2

2. Последовательный способ развития фразеологических значений. ***Лить [отливать] пули – Д2Д1.*** Выражение (в денотативном статусе означает ‘делать, изготовлять из расплавленного вещества небольшой свинцовый снаряд для стрельбы из ручного огнестрельного оружия и пулеметов’) представляет собой дальнейшее развитие фразеологической цепи – *лить колокола, лить пушку* (в слове «пуля» обычно видят результат контаминации заимствованного из польского «куля» и слова «пушка»). Отливка церковных колоколов была делом сложным: для него требовались и немалое мастерство, и хитроумные приспособления, и правила. Люди, занятые этим делом, сами считали его чем-то близким к колдовству, выдумывали всевозможные странные обычаи и приметы: для удачной отливки колокола необходимо распустить в народе самые нелепые слухи, и чем быстрее и дальше они разойдутся, тем звучнее и сладкогласнее будет отливаемый в это время колокол. Суеверный обычай, заимствованный уже от колоколов, выдумывать при литье металла, ради удачи дела, всяческие небылицы распространился и при литье пушек. В эту же цепь выражений, связанных с мифологией литейного дела, входит и ФС ***лить [отливать] пули***, развитие его первого фразеологического значения происходит по семе «лгать» (Д1 ‘говорить ложь; обманывать’).

ФЗ-1: бессовестно врать, рассказывать что-либо неправдоподобное ***(К2К2)***. *И наврет совершенно без всякой нужды: вдруг расскажет, что у него была лошадь какой-нибудь голубой или розовой шерсти, и тому подобную чепуху, так что слушающие, наконец, все отходят, произнесши: «Ну, брат, ты, кажется, уж начал **пули лить**» (Гоголь, Мертвые души). Поди-ка, какие **пули отливает**. В лицо другом величает, а за глаза я у него и индюк, и пузан... (Чехов, Месть).*

Фразеологизм, утративший внутреннюю форму, ставший совсем немотивированным, начинает подвергаться переосмыслению в новом направлении: с характеристики только речевой деятельности по потенциальным семам «необычный», «неожиданный» переносится на характеристику поведения человека, каких-либо его непредсказуемых действий. Так, путем повторной метафоризации образуется второе фразеологическое значение.

ФЗ-2: говорить или делать что-либо необычное, неожиданное или смешное ***(К2К2)***. *[Гордей Карпыч:] Что же он [Любим Карпыч] делает? [Егорушка:] Гостей разгоняет-с... Вы, говорит, рады чужой хлеб есть... [Разлюляев:] Славные штучки Любим Карпыч отмачивает! Ха... ха... ха... Такие **пули отливает**, что только люли! (Островский, Бедность не порок). Слушать – слушают.., а под конец, как дослушают и **отольют** такую **пулю**. «Сказки, – скажут. – Ничего такого и быть не может» (Железнов, Уральцы). – Подожди, – говорил он мне, – я им **отолью** вот еще какую **пулю**! – Кому? – Да всем им, милым товарищам, черт бы их побрал! – За что же ты их бранишь и что хочешь сказать? – Браню за то, что они большие, а я маленький, а что сделаю, так на зло им построю себе постоянную мастерскую в деревне, как у Малявина, и напишу во какую вещь! Пускай лопнут с досады и зависти!.. (Минченков, Воспоминания о передвижниках).*

ФС (Д2Д1)→ ФЗ-1→ ФЗ-2

3. Автономный (независимый) способ развития фразеологических значений. ***Вилять [вертеть, крутить, юлить] хвостом – Д1Д1.*** Фразеосочетание возникло на основе анималистической метафоры. Первоначально в денотативной ситуации описывается поведение собаки, которая машет хвостом, выражая тем самым свои чувства (обычно радости, благодарности хозяину).

Первое фразеологическое значение ***(ФЗ-1)*** – ‘заискивать, подобострастно относиться к кому-либо, стараться угодить, добиваясь чего-либо’ ***(К1К2)*** – развивается путем метафорического переноса образа виляющей хвостом собаки на человека, подобным образом описывается его соответствующее поведение. В данном случае актуализируются семемы «заискивать» ‘лестью и угодничеством добиваться чьего-либо расположения’ и «юлить» ‘заискивать’, ‘лебезить’. *–...В России правит только верховная сила, а интеллигенция – как шавка подзаборная, лает, лает. А подойдешь к ней, скажешь: «Ну чего ты, малыш, разлаялся?» Погладишь по загривку, и она **хвостиком завиляет**. Еще как завиляет! (Шишкин, Закон сохранения любви). – Что же заставляет всех этих людей так униженно **вилять хвостом** перед человеком, который даже и не взглянет на них никогда внимательно (Куприн, Молох). Тут один наш профессор дошел до того, что когда я его упрекнул в **вилянии хвостом** перед иностранцами, он не нашел ничего лучше, как, цинично улыбнувшись, заявить мне: «А что же, на всякий случай полезно иметь друзей и в том полушарии» (Симонов, Чужая тень).*

Второе значение ***(ФЗ-2)*** – ‘стараться обмануть кого-либо, притворяться с каким-либо умыслом; уклоняться от чего-либо, прибегая к уловкам, к хитростям; увиливать от чего-либо’ ***(К1К2)*** – первоначально, вероятно, характеризовало поведение другого животного – лисы, по сказкам известной своей хитростью. Ср. «отыгры-

вается, как лиса хвостом», «вильнуть хвостом» в аналогичном употреблении [9, 767]. Образ лисы на коннотативном уровне переносится на человека, устраняющегося от чего-либо, прибегая к хитрости, к уловкам в своих целях. – *Да не лги – и* ***не верти*** *лисьим* ***хвостом-то****, срамник! Зачем тебе понадобилось ее в церковь манить? (Куприн, Олеся). Ты вон к Марье ходил свататься... Завела: ходил свататься... Мало значит ходил. Если несогласная, говори сразу. Нечего тут* ***хвостом вилять*** *(Шукшин, Любавины). [Кукушкина:] У меня коли мало-мальски похож на жениха, – милости просим, дом открыт, а как* ***завилял хвостом****, так и поворот у ворот (Островский, Доходное место). – Да ты, парень,* ***хвостом-то не верти****, истинную правду мне сказывай, – подхватил Пантелей (Мельников-Печерский, В лесах).*

Если это наблюдения не за одним и тем же животным, то и значения появились параллельно, каждое в отдельности (автономно), и сошлись в одинаковом ФС.

ФС (Д1Д1) образ собаки→ ФЗ-1

ФС (Д1Д1) образ лисы→ ФЗ-2

4. Энантиосемический способ развития фразеологических значений. ***Убить бобра – Д1Д1.*** Фразеосочетание представляет интересный случай «единства противоположностей», имеет два прямо противопоставленных фразеологических значения, что может быть объяснено происхождением этого выражения из древних русских пословиц, также противопоставленных друг другу по смыслу: *Не убить бобра – не видать добра* и *Убить бобра – не видать добра.* В бобровом промысле, распространенном некогда на Руси, «не убить бобра», вероятно, означало охотничью неудачу, при этом убить бобра – дело нелегкое, поскольку это животное умное и осторожное. А. А. Потебня указывает на ироническую окраску данного выражения: «Известно, что еще в XVII веке во всей России и Украине водились бобры, и ловля их служила важным источником дохода; отсюда пословица «Не убить бобра, не видать добра», т. е. его шкуры» [13, 527]. В. М. Мокиенко отмечает, что поговорка об «убиенном бобре» не возникла на пустом месте [10, 64]. У восточных и западных славян существовало поверье, что убить бобра – это дурное предзнаменование; например, никто из семьи человека, убившего бобра, не имел права строить дом поблизости места, где это произошло. В дальнейшем пословичные прототипы были забыты, и в результате переосмысления создалась антонимия в пределах одного выражения на основе энантиосемии исходного ФС (Д1Д1).

ФЗ-1**:** *Ирон.* Обмануться в расчетах, приобрести плохое вместо хорошего ***(К2К2)****. [Боярыня:] С находкой поздравляю, Глеб Мироныч! Ну, батюшка, уж есть чем похвалиться!* ***Убил бобра****! [Посадник:] Ты это про кого, сударыня? Про Чермного? Он вечем Поставлен есть. Об этом толковать Уж нечего (А. К. Толстой, Посадник). – Ну, брат,* ***убил бобра****! – молвил Бурмакину шопотом Быстрицын... Задаст тебе копоти эта святая! (Салтыков-Щедрин, Пошехонская старина). – Эх, Потап Максимыч, Потап Максимыч,* ***убил*** *же ты* ***бобра****, любезный друг! На поверку-то парень дрянь выходит, как кажется (Мельников-Печерский, В лесах). А Лариса взяла под руку незнакомого человека, некрасивого. «Уж не за этого ли собирается, – подумал Геннадий, –* ***убила бобра****» (В. Панова, Времена года).*

ФЗ-2: приобрести что-либо очень ценное или добиться чего-либо значительного ***(К2К2)****. В министры попал почему? Понравился графу, что метко стреляет, бьет без промаху – ну и* ***убил бобра****. Бесконтрольно, можно сказать, всем царством владеет (Сергеев-Ценский, Сад). Эта связь (с князем) приподняла нос Григория Алексеевича по крайней мере на целый вершок; тут* ***убили*** *такого* ***бобра****, в котором нашли вдруг все, чего искали: и деньги, и покровительство, и связи (Даль, Небывалое в былом).*

ФС (Д1Д1) **–** → ФЗ-1

ФЗ-2 ← **+** ***(Д1Д1)***

5. Контаминационный способ развития фразеологических значений. ***Валять [ломать, корчить] дурака [ваньку] – К1К1.*** В русском языке распространены выражения *валять ваньку* и *валять дурака*, которые можно объединить в одно «валять ваньку-дурака», поскольку они тесно связаны по смыслу и в одинаковом направлении развили многозначность. Существует несколько версий возникновения первого, исконного фразеологического значения ***(ФЗ-1)***: ‘праздно проводить время, бездельничать; лодырничать’ ***(К1К1)***. Синонимы *бить баклуши*, *лодыря гонять.* Один из источников – это сказка о ленивом Иванушке-дурачке, который любил валяться на печи. Другое объяснение может дать «ванька-встанька» – детская игрушка, куколка (без ног) с шарообразным или яйцевидным туловищем, низ которого заполнен чем-либо тяжелым, чтобы она всегда вставала, когда ее выводят из вертикального положения. Эта детская забава показывает бесполезность, бессмысленность такого занятия, пустое времяпрепровождение. Нужно отметить, что ФС в данном значении почти не допускает замены глагола *валять* другими глаголами – типа *корчить, ломать* и т. п. *Тургаев и Данилин бросились навстречу Дубенко. Это смягчило гнев и сердце Богдана. Ведь ему казалось, что он попал к людям, которые все время* ***валяли дурака****. Не могли принять со двора станки, не привели в порядок ни одного цеха! Но нет! Эти лица, истомленные, исхудавшие и какие-то «запущенные» говорили о труде (Первенцев, Испытание). Плохо же он*

работал эти три длинных... месяца! ***Валял****, собственно,* ***дурака****, отводил глаза главному технологу.., а сам ни черта не делал (Липатов, Чужой). Другие в это время купались в речке, загорали, ловили бабочек,* ***валяли дурака*** *– то есть делали то, что положено делать нормальным людям, когда у них каникулы. А я сидел за роялем (Рекемчук, Мальчики).*

Второе и последующие фразеологические значения оборот вобрал лишь после формального сближения (контаминации) с сочетаниями типа *ломать, корчить, строить, разыгрывать* (из себя) *шута, паяца, клоуна, скомороха* [11, 79]. ***ФЗ-2***: дурачиться, паясничать, потешать глупыми выходками ***(К1К1)***. *Так и сделал он, засыпав мать землею: ел и пил до отвалу. А под вечер, тут же, у могилы, плясал, всем на потеху, - нелепо вывертывая лапти, бросал картуз наземь и хихикал,* ***ломал дурака****; напился так жестоко, что чуть не скончался (Бунин, Веселый двор). – Клоун, совсем клоун! И что это у тебя за манера* ***дурака*** *из себя* ***ломать****, как только выпьешь! – воскликнула Глафира Семеновна (Лейкин, Наши за границей). Иногда трудно было понять, говорил ли он всерьез или* ***валяет дурака****, ведет ли он себя по своему естеству или устраивает.. театрик для себя, посмеиваясь над нами и получая от этого удовольствие (Лунгин, Применительно к смерти).*

ФЗ-3 – делать что-либо или вести себя неправильно; поступать не так, как следует ***(К2К2)*** – развивается из второго фразеологического значения при актуализации семемы «дурачиться» → ‘делать дурачества, глупости’ → ‘делать нелепые, глупые поступки’ → ‘поступать не так, как следует’. *– Я буду спать в машине... – Бросьте* ***дурака валять****, механик, – рассердилась она, – машина не защитит вас от снега (Горбатов, Обыкновенная Арктика). – Что за оказия!.. Иль я* ***дурака свалял****, иль Михайло чего напутал... Пошли посмотрим, что ли. Есть ли хоть укладка-то? (Тендряков, Суд). Если бы он не взял чужие деньги, Рамиль расплатился бы сам, и дело с концом! И уж совсем* ***дурака свалял*** *с этим проклятым пейджером, если бы не взял его тогда – никогда не встретил Лену! (Малышева, Преступная натура).*

ФЗ-4 – притворяться глупым, непонимающим ***(К2К2)*** – возникает также из ФЗ-2 по потенциальной семе «глупый». Может употребляться с отрицанием. *– Ну, давай хоть раз в жизни поговорим об этом по-человечески. Чудинов разом насторожился: – Это о чем же? – Довольно* ***дурака валять****, знаешь прекрасно, о чем я говорю (Кассиль, Ход белой королевы). – Что вы* ***валяете дурака****? Звоните по нескольку раз в день, будто не понимаете, что мы не можем бывать у вас дома! (Вишневская, Галина). – Какой же это товар? – возмутился Тимофеевич. – Слепые вы, что ли! Тут же надгробья! И* ***не валяйте дурака****, парни. Отдайте по-хорошему, иначе приведу сюда милицию (Новиков, Боль сердечная).*

ФС (К1К1) образ Иванушки-дурачка или Ваньки-встаньки → ФЗ-1

↓

ФС + контаминация с «ломать шута» → ФЗ-2 → ФЗ-3

↓

ФЗ-4

Таким образом, мы попытались проиллюстрировать на приведенных выше примерах некоторые способы развития фразеологической полисемии. Параллельное развитие значений фразеологизма *(раздувать кадило)* может происходить путем параллельной метафоризации, образование значений происходит при актуализации одной и той же потенциальной семемы (в данном случае семемы «увеличивать»), ФС характеризует разные сферы деятельности. Последовательное развитие значений фразеологизма *(лить пули)* происходит путем повторной метафоризации, при этом первое коннотативное значение может быть объяснено исторически, а из него уже на основе новых сем образуется второе значение. Автономное развитие ФЗ у одного и того же ФС (*вилять хвостом*) может быть объяснено наблюдениями за одинаковыми действиями разных субъектов (в данном случае – животных). Один из способов образования многозначности фразеологизмов – энантиосемический – иллюстрирует выражение *убить бобра*, прототипом которого послужили две противопоставленные по смыслу пословицы, забытые ныне, но сохранившие свои антонимичные значения во ФС. И наиболее интересный из выявленных нами способов – способ развития фразеологической полисемии (на примере ФС *валять дурака*) в результате контаминации, т. е. смешения двух фразеологизмов в один.

ЛИТЕРАТУРА

1. Амосова Н. Н. К вопросу о лексическом значении слова / Н. Н. Амосова // Вестник ЛГУ. – 1957. – № 2. – С. 158-162.

2. Будагов Р. А. Человек и его язык / Р. А. Будагов. – М.: Изд-во МГУ, 1974. – 262 с.

3. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов – М.: Высшая школа, 1972. – 614 с.

4. Ефремов А. Ф. Многозначность слова / А. Ф. Ефремов // Русский язык в школе. – 1957. – № 3. – С. 7.

5. Жуков В. П. Русская фразеология / В. П. Жуков – М.: Высшая школа, 1986. – 310 с.

6. Касарес Х. Введение в современную лексикографию / Х. Касарес. – М., 1958.

7. Копыленко М. М., Попова З. Д. Очерки по общей фразеологии / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. – Воронеж: ВГУ, 1978. – 144 с.

8. Корнилова Л. Н. Специфика фразеологической полисемии / Л. Н. Корнилова // Язык и общество в синхронии и диахронии: Материалы Международ. науч. конф. – Саратов, 2005. – С. 268-272.

9. Мелерович А. М., Мокиенко В. М. Фразеологизмы в русской речи. Словарь / А. М. Мелерович, В. М. Мокиенко. – М.: Русские словари, 1997. – 864 с.

10. Мокиенко В. М. Почему так говорят? От Авося до Ятя: Историко-этимологический справочник по русской фразеологии / В. М. Мокиенко. – СПб.: Норинт, 2004. – 512 с.

11. Мокиенко В. М. В глубь поговорки: Рассказы о происхождении крылатых слов и образных выражений / В. М. Мокиенко. – 3-е изд., перераб. – СПб.: «Авалон», «Азбука-классика», 2005. – 256 с.

12. Муравицкая М. П. Некоторые вопросы полисемии / М. П. Муравицкая – Киев: Изд-во КГУ, 1964. – 94 с.

13. Потебня А. А. Из лекций по теории словесности / А. А. Потебня // Эстетика и поэтика. – М., 1976. – С. 464-561.

14. Словарь русского языка: в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. / Под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русский язык, 1981 – 1984.

15. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А. И. Молоткова. – 3-е изд. – М.: Русский язык, 1978. – 543 с.

16. Чепасова А. М. Семантические и грамматические свойства фразеологизмов / А. М. Чепасова. – Челябинск: ЧГПИ, 1983. – 94 с.

17. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка: Учеб. пособие для вузов по спец. «Русский язык и литература» / Н. М. Шанский – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Высшая школа, 1985. – 160 с.

Рецензент — З.Д.Попова

Статья принята к печати 18 сентября 2006 г.

СУБСТАНТИВНЫЕ ФОРМЫ НОМИНАЦИИ ПЕРСОНАЖА В ПРОЗЕ А.П.ЧЕХОВА КАК СРЕДСТВО ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКИ

© 2007 Н. Хади Джавад

Воронежский государственный университет

Как известно, основной чертой художественной литературы является антропоцентризм, а одним из главных выражаемых в ней универсальных смыслов – 'человек'. Изображая человека в его социальной и исторической обусловленности, писатель раскрывает свое отношение к миру, свои эстетические и ценностные установки.

Произведения А. П. Чехова показывают все стороны жизни современной ему России. Поэтому количество действующих лиц в рассказах писателя очень велико. Представляется интересным рассмотреть, какими языковыми средствами осуществляется номинация персонажа в прозе этого писателя.

Как показывает анализ, персонаж может быть назван по ряду параметров: профессии или роду занятий, социальному положению, возрасту, родственным отношениям, национальности, вероисповеданию, чертам характера, чертам внешности и др. Среди существительных, называющих действующее лицо в прозе А. П. Чехова, наиболее многочисленную группу составляют единицы, обозначающие профессию или род занятий героя. Это чиновники самых разных ведомств (банковец, акцизный, чиновник почтового ведомства, секретарь дворянской опеки) и рангов (секретарь, экзекутор, коллежский регистратор, губернский секретарь, титулярный советник, статский советник, губернатор); представители судебной системы (товарищ прокурора, следователь, судебный пристав, председатель судебной палаты, член судебной палаты, защитник, кандидат на судебные должности) и полицейские (жандарм, полицейский надзиратель, городовой, полицейский урядник).

Достаточно широко представлены в рамках исследуемого материала наименования лиц духовного звания (протоиерей, дьячок, диакон, архиерей, владыка); служащих в армии (солдат, военный, генерал, генерал-майор, унтер-офицер); представителей интеллигенции (доктор, домашний доктор, уездный врач, фельдшер, учителя гимназии, учитель русского языка, учитель географии, законоучитель, гувернантка, инспектор, профессор, инженер).

Встречаются в рассказах и наименования лиц творческих профессий (трагик, певица, хористка, антрепренер, актриса, артист, актеры). В прозе Чехова используются также существительные, называющие слуг (горничная, нянька, кухарка, лакей, швейцар, дворник, кучер, швейцар, прислуга). Кроме того, писатель употребляет названия следующих профессий: золотых дел мастер, извозчик, ламповщик, пастух, плотник, повар, почтальон, прачка, приказчик, токарь, сторож. Таким образом, можно сказать, что посредством указания на профессию или род занятий героя А. П. Чехов вписывает его в систему социальных координат.

Второе место по частотности употребления занимают имена собственные – универсальная функционально-семантическая категория имен существительных, особый тип словесных знаков, предназначенный для выделения и идентификации единичных объектов, выражающих единичные понятия и общие представления об этих объектах в языке, речи и культуре народа [5, 21; 1, 28].

Применительно к личным именам персонажей следует отметить, что поскольку в прозе Чехова представлены все социальные слои общества: крестьяне, мещане (ремесленники, мелкие торговцы и домовладельцы), служащие, военные, рабочие, дворяне, купцы и представители духовенства, то для именования их представителей автор использует разнообразные формы русских антропонимов. В зависимости от количества компонентов, входящих в состав антропонима, они подразделяются на следующие группы: 1. трехкомпонентные; 2. двукомпонентные; 3. однокомпонетные.

Трехкомпонентные наименования включают имя, отчество и фамилию действующего лица. Например: ***Федор Андреич Любостяжаев*** – *«Рас-*

сказ, которому трудно подобрать название» (чиновник); ***Гурий Петрович Грыжев*** *– «Корреспондент» (купец)*; ***Федор Андреич Отцов*** *– «Дочь Альбиона» (предводитель дворянства);* ***Марья Ивановна Лангер*** *– «Который из трех» (статская советница).* Обращает на себя внимание тот факт, что трехчленные номинации в рамках исследованного материала используются только по отношению к лицам, имеющим достаточно высокий социальный статус.

Двукомпонентные наименования могут состоять из: а) имени и отчества, б) имени и фамилии, в) имени и прозвища. Наиболее частотной является номинация персонажа по имени и отчеству. Например: ***Иван Адольфович*** *– «Цветы запоздалые» (доктор);* ***Никита Прохорыч*** *– «Либерал» (чиновник);* ***Трифон Семенович*** *– «За яблочки» (помещик);* ***Никифор Филимоныч*** *– «Отставной раб» (бывший лакей).*

Для лиц мужского пола использование номинации по имени и отчеству не имеет в произведениях А. П. Чехова ограничений социального характера, т. е. такая номинация может употребляться применительно к человеку любого сословия. Правда, у лиц низших социальных слоев встречается редко, и это может быть не собственно авторское именование, а обращение к данному персонажу другого персонажа.

При обозначении лиц женского пола в рамках исследуемого материала авторских номинаций по имени и отчеству представительниц низких социальных слоев не отмечено.

Следующим видом двучленных наименований является наименование по имени и фамилии. Например: ***Феофан Манафуилов*** *– «Суд» (дьячок);* ***Степан Луков*** *– «Радость» (купец);* ***Тимофей Стукотей*** *– «Сельские эскулапы» (крестьянин);* ***Сидор Шельмецов*** *– «Случай из судебной практики» (мещанин, которого судят за кражу);* ***Владимир Штраль*** *– «Который из трех» (барон);* ***Илья Дробискулов*** *– «Закуска» (чиновник).*

Как показывают примеры, такой вид номинации может быть употреблен по отношению к представителю любого социального слоя, хотя по отношению к лицам, имеющим высокий социальный статус, используется автором только в случае их молодого возраста. Форма имени в подобных сочетаниях может варьироваться – от полного канонического до деминутивного и уничижительного: ***Михайло Измученков*** *– «Сельские эскулапы» (бас);* ***Миша Бобов*** *– «Благодарный» (секретарь);* ***Мишель Пузырев*** *– «Теща-адвокат» (жених, а потом муж).*

Примеров подобной номинации лиц женского пола выявлено незначительное количество. В основном, это именования молодых девушек и дам, в которых имя используется в деминутивной форме: ***Катя Кузевич*** *– «Каникулярные работы институтки Наденьки N» (подруга);* ***Софи Окуркова*** *– «Ушла» (знакомая жены героя).* Использование полного имени в сочетании с фамилией отмечено только при номинации женщин низкого социального положения: ***Марья Заплаксина*** *– «Сельские эскулапы» (крестьянка).*

В рамках анализируемого материала встречаются также двучленные номинации, которые могут состоять из имени и прозвища или (реже) фамилии и прозвища. Например: ***Павел Хромой*** *– «Он понял!» (крестьянин);* ***Хрымины Старшие*** *– «В овраге» (постоянно судились с* ***Хрымиными Младшими****).* Однако количество таких примеров невелико.

Однокомпонентные наименования могут состоять из: а) имени, б) фамилии, в) отчества, г) прозвища.

Номинация персонажа только по имени тоже имеет определенные закономерности. Так, при наименовании людей низкого социального положения такая форма является обычной как для мужчин, так и для женщин, например: ***Никифор*** *– 1. «В овраге» (сын поденщицы), 2. «Живой товар» (слуга), 3. «Цветы запоздалые» (слуга), 4. «Умный дворник» (повар);* ***Пелагея*** *– 1. «Сельские эскулапы» (кухарка), 2. «Из дневника помощника бухгалтера» (кухарка).*

При именовании мужчин других социальных слоев личное имя без отчества и без фамилии в авторской речи используется достаточно редко и имеет возрастные ограничения или употребляется при указании на родственные отношения героев, но без ограничений употребляется при обращении одного персонажа к другому. Например: ***Иван*** *– 1. «Письмо к ученому соседу» (брат героя, майор), 2. «Скверная история» (брат художника Ногтева);* ***Василий*** *– «Беда» (гимназист).* Это касается и употребления женских имен, например: ***Наталья*** *– 1. «Именины», 2. «Опекун» (тетка Вари), 3. «Клевета» (дочь учителя).*

Наименование действующего лица по фамилии в рассказах А. П. Чехова тоже достаточно частотно. При этом фамилия часто имеет внутреннюю форму комического плана, например: ***Артаксерксов*** *– «Случай с классиком» (учитель греческого языка);* ***Прокатилов*** *– «На гвозде» (начальник Стручкова, сидящий у его жены и не дающий возможности пришедшим к нему гостям сесть за стол);* ***Прочуханцев*** *– «О, женщины, женщины!» (князь, сочиняющий стихи);* ***Самолучшев*** *– «Жалобная книга» (конторщик);* ***Оттягаев*** *– «Рассказ, которому трудно подобрать название» (губернский секретарь);* ***Прекрасновкусов*** *– «Закуска» (чиновник).* Обращает на себя внимание тот факт, что для женщин такой способ номинации практически не употребляется.

Номинация персонажа только по отчеству используется редко и служит для именования немолодых женщин из низких социальных слоев, например: ***Лукинишна*** *– «Дура, или капитан в отставке» (сваха);* ***Петровна*** *– «В вагоне» (старушка-странница).* Использование прозвища тоже встречается не часто, например: ***Хромой*** *– «Он понял!» (крестьянин).*

Анализ показал, что структура имени персонажей в рассказах А. П. Чехова служит одним из факторов репрезентации информации о национальности, поле, социальном статусе, возрасте действующего лица, авторской оценке.

Помимо собственно авторских номинаций в прозе А. П. Чехова широко представлены различные формы обращений персонажей друг к другу. Рассмотрим это подробнее. Как известно, обращение служит не только для привлечения внимания и установления контакта с адресатом. Оно выполняет и социально-индикационную функцию, поскольку выступает в процессе общения как индикатор социальных и межличностных отношений между коммуникантами. В соответствии с ролевой теорией принято различать вертикальные и горизонтальные отношения между коммуникантами. Применительно к конкретной ситуации общения более емкими представляются используемые Л. Г. Крысиным термины *симметричный – асимметричный* [4, 16]. Например, роли сослуживцев, одноклассников, соседей по квартире и т.п. симметричны, поскольку ни один из них не имеет каких-либо преимуществ, обусловленных характером роли, а роли сына и отца, ученика и учителя, квартиранта и хозяина, просителя и должностного лица и т.п. воспринимаются как асимметричные.

Обращение в форме полного имени репрезентирует следующую информацию об адресате: это, как правило, взрослый человек любого социального положения. Такое обращение может быть использовано как в симметричных, так и в асимметричных речевых актах. Однако более широко данная форма используется в следующих вертикальных речевых актах.

1. При обращении человека более высокого социального статуса к человеку менее высокого социального статуса. Например, к слугам и крестьянам, как правило, обращались только по имени (даже в том случае, если адресант моложе адресата). *Ты же смотри,* ***Андрей****! Из редакции никого! Не велел хозяин* (обращение распорядителя вечера к лакею в рассказе «Тряпка»); *Послушай,* ***Клим****! Зачем ты так гонишь лошадь?* (обращение землемера к крестьянину-вознице в рассказе «Пересолил»); *...****Пелагея****, знай... я не люблю, если кто в кухне сидит* (барыня обращается к кухарке в рассказе «Кухарка женится»); ***Агния****, позови барина!* (обращение барыни к горничной в рассказе «Переполох»).

2. При обращении старшего по возрасту к младшему по возрасту. Например, в рассказе «В цирульне» крестный отец обращается к хозяину цирюльни по имени – ***Макар***). Следует отметить, что иногда полное имя может быть употреблено и при обращении к ребенку. Обращение полным именем к детям обычно выражает иронию, или недовольство поведением, или носит высокопарный характер. Вот пример из рассказа «Живой товар»: *Когда он (Бугров)... напивался, брал на руки Мишутку и, плача, говорил ему при Грохольском и Лизе: «Сын мой!* ***Михаил****!... Я... подлец! Продал мать твою!»*

Кроме того, обращение в форме полного имени используется и в симметричных речевых актах представителей любой социальной среды. *Садись,* ***Илья****! Не бойся! Привыкай! Закусок-то сколько, закусок!* (в рассказе «Закуска» чиновник обращается к своему другу – тоже *чиновнику)*; *Подрубить корягу надо! – решает наконец Любим. –* ***Герасим****, сходи за топором!* (обращение одного *плотника* к другому в рассказе «Налим»). Следует отметить, что если у лиц, имеющих относительно высокий социальный статус, такое обращение обычно свидетельствует о дружеских или приятельских отношениях, то в простонародной среде оно является общепринятым и может употребляться даже по отношению к адресату более старшего возраста, чем адресант. Например: *Василий быстро раздевается и лезет в воду. – Я сичас... – бормочет он. – ...А ты бы ушел,* ***Ефим****! Нечего тебе тут старому человеку не в свое дело мешаться*! («Налим»).

Обращение посредством полного имени (независимо от социального статуса коммуникантов) является также употребительным при общении супругов или мужчины и женщины, находящихся в близких отношениях: ***Досифей****! – послышался женский бас. – Где же ты?* (обращение помещицы Хлыкиной к мужу в рассказе «Последняя могиканша»); *Говорят, Павел Матвеевич приехал!* ***Павел****, где ты?* (обращение жены к мужу в рассказе «Лишние люди»); ***Николай****, вы уверены, что не ошибаетесь?* (обращение женщины к домашнему врачу, ее бывшему возлюбленному, в рассказе «Доктор»); *Не губи ты меня,* ***Степан****! Не бери греха на душу. Со мной повенчал бог, со мной и живи* (обращение крестьянки к мужу в рассказе «Барыня»).

В симметричных речевых актах аналогичного характера и мужчины разных сословий могут использовать полное имя при обращении к женщинам: *Ты,* ***Матрена****, не плачь... – бормочет он (токарь). – Потерпи малость* (обращение токаря к старухе жене в рассказе «Горе»); *Вывертов (помещик) подошел к кровати, на которой лежала*

*жена, и сказал: «Я, **Арина**, этого так не оставлю* («Упразднили!»); *Я был бы рад надежде не меньше вас, **Ольга**, но ее нет, – ответил Цветков* (обращение доктора к матери больного мальчика, его бывшей возлюбленной, в рассказе «Доктор»).

Использование формы полного имени при обращении к близкому человеку может быть как нейтральным, так и указывать на проявление негативных эмоций. *Торчаков... поглядел на жену и сказал: «А нехорошо, **Лизавета**, что мы не дали тому казаку разговеться* (в рассказе «Казак» мещанин так обращается к жене, которую в другой ситуации называл Лизой).

В рамках текста произведения в зависимости от характера отражаемой ситуации одно и то же лицо может именоваться посредством разных форм его личного имени.

Безаффиксная форма деминутивного имени в симметричных языковых актах используется для обращения к представителю любого социального слоя и имеет нейтральный характер или положительную эмоциональную окраску. *Это, **Феня**, я заказал... Рыбы захотелось. Если тебе не нравится, то пусть не подают* (обращение мужа к жене Федосье Васильевне в рассказе «Переполох»); *Нельзя так, **Петя**! Так друзья не делают* (обращение отставного корнета Помоева к мировому судье Шестикрылову в рассказе «Интеллигентное бревно»); *Господа, кто же будет аккомпанировать? – говорила она (Софья Васильевна) плачущим голосом. – **Надя**, идите хоть вы аккомпанируйте!* (обращение одной дамы к другой в рассказе «Заказ»).

В асимметричных языковых актах обращение в такой форме имени возможно по отношению к более молодому адресату или по отношению к лицу более низкого социального статуса: ***Ваня**! – обратился генерал к своему племяннику, юноше-гимназисту...* («Петров день»); *В комнату вошла горничная. **Лиза**, вы не знаете, зачем это меня... обыскивали? – спросила у нее гувернантка* («Переполох»).

Имена, образованные по модели на *-к (а)*, от сокращенных основ в вертикальных языковых актах при обращении к взрослому лицу низкого социального положения являются уничижительными или пренебрежительными: ***Петька**! – крикнул Восьмеркин лакею. – Поди позови сюда **Дуняшку**, **Любку** и прочих!* («Свистуны»).

В асимметричных речевых актах коммуникантов, принадлежащих к одному социальному слою, употребление такой формы обращения часто является индикатором негативной эмоции по отношению к адресату: *Не разгорается, чтоб он треснул! – орет где-то вдова, ставя самовар. – **Катька**, подай угли*! («Талант»). Подобное явление наблюдается и в симметричных речевых актах коммуникантов, имеющих относительно высокий социальный статус: *Я уже начинаю сердиться, Вера! А, черт возьми!... **Верка**!* (обращение рассерженного присяжного поверенного к жене в рассказе «Заблудшие»).

Некоторые авторы [2, 151; 5, 90] считают, что по отношению к детям и подросткам (в особенности в произведениях художественной литературы) эти формы приобретают, как правило, не уничижительное, а уменьшительное или фамильярное значение. С этим мнением можно согласиться. *Важное, брат **Пашка**, ты себе пузо отрастил, – сказал он (доктор) и вздохнул. – Ну, показывай свой локоть* (обращение доктора к мальчику-пациенту в рассказе «Беглец»). В разговорно-бытовой речи такие формы нередко приобретают фамильярно-дружеское значение. Однако в таком значении они возможны в симметричных речевых актах лишь между хорошо знакомыми (близкими) людьми любого возраста и социального положения: *Любопытно поглядеть, какой из тебя, **Петька**, судья вышел* (обращение отставного корнета Помоева к мировому судье Шестикрылову, мужу его сестры, в рассказе «Интеллигентное бревно»).

Обращения в форме деминутива с уменьшительно-ласкательными суффиксами в рассказах А. П. Чехова достаточно частотны и используются во всех социальных группах для выражения ласкового отношения как в симметричных, так и в асимметричных речевых актах: ***Никиша**! – обратился шафер к жениху, кивая на брюнета. – Как фамилия этого артиста?* («Гордый человек»). В рассказе «Трифон» муж, обращаясь к жене, которая куда-то вышла, зовет ее, используя такие деминутивные формы: ***Настюша! Настя! Настенька!***

Особенно употребительны такие формы в речевых актах с интенцией просьбы: *Ты же, **Васечка**, тово... – забормотал Тигров... – презентуй мне сегодня двадцать талеров* («После бенефиса»). В рассказе «Барыня» жена упрашивает своего мужа не идти на службу к помещице и употребляет следующие деминутивы от имени Степан: ***Степа**, **Степушка*** и ***Степунька***. В рассказе «Невидимые миру слезы» чиновник упрашивает жену угостить пришедших с ним приятелей и использует такие деминутивные формы: ***Машенька! Машуня! Манечка! Манюня!***

Номинации с использованием патронимов могут иметь двукомпонентную (имя и отчество) и монокомпонентную (только отчество) структуру. Первые представлены в исследуемом материале более полно. Обращение по имени и отчеству репрезентирует следующую информацию об адресате: это, как правило, взрослый человек любого социального положения. Такое обращение может быть использовано как в симметричных, так и

в асимметричных речевых актах. Однако более широко данная форма используется в следующих вертикальных речевых актах.

1. При обращении человека более низкого социального статуса к человеку более высокого социального статуса (любого пола и возраста). *Не от жадности я это сделал, **Петр Егорыч**, – оправдывается дрожащим голосом Хромой* (обращение крестьянина к помещику в рассказе «Он понял!»). *Это вы, барыня **Наталья Сергеевна**? – спросил он (Денис) недоумевающим голосом* (обращение пожилого крестьянина к помещице 23-х лет в рассказе «В рождественскую ночь»). ***Прохор Семеныч**! – умолял он... – Заставьте вечно бога молить! Попросите его превосходительство, чтобы они меня извинили... Не могу я читать* (обращение чиновника Мердяева к старшему бухгалтеру Будылде в рассказе «Чтение»). Следует отметить тот факт, что во многих случаях обращение по имени и отчеству связано с просьбой.

2. При обращении лица старшего по возрасту и имеющего более высокий социальный статус к лицу, младшему по возрасту и имеющему более низкий социальный статус, в случае, если адресат является представителем интеллектуального труда. Такое обращение возможно по отношению к учителю, репетитору, секретарю, конторщику, гувернантке и т. д. Вот несколько примеров. ***Иван Матвеич!** Когда наконец вы бросите вашу привычку растягивать строки?* (обращение ученого к переписчику – молодому человеку лет восемнадцати – в рассказе «Иван Матвеич»). *Ну, чего думаешь? Задача-то ведь пустяковая! – говорит Удодов Пете. – Экий ты дурак, братец! Решите уж вы ему, **Егор Алексеич*** (обращение отца к репетитору его сына – гимназисту VII класса в рассказе «Репетитор»). *На днях я пригласил к себе гувернантку моих детей, Юлию Васильевну. Садитесь, **Юлия Васильевна**! – сказал я ей* (обращение к молодой гувернантке в рассказе «Размазня»).

Обращение по имени и отчеству к молодому человеку низкого или невысокого социального статуса может свидетельствовать об уважении к нему или о повышении его социальной значимости в конкретной ситуации в связи с определенными обстоятельствами. Так, в рассказе «Художество» ничтожный во всех остальных отношениях «малый лет тридцати», которого в обычное время называют уничижительной формой имени – *Сережка*, имеет редкий талант – удивлять раз в год весь мир своим искусством. И в этот день окружающие относятся к нему по-особому: *Все улыбаются ему, сочувствуют, величают **Сергеем Никитичем**, все чувствуют, что художество* (создание Иордани к христианскому празднику Крещения) *есть не его личное, а общее, народное дело.* В рассказе «Исповедь» окружающие стали обращаться по отчеству к мелкому чиновнику, получившему должность кассира, поскольку надеялись через него получить доступ к казенным деньгам: *У нас в России не умеют ценить таких людей, как **Григорий Кузьмич**! – прокричал за ужином Казусов.*

И, наоборот, утрата уважения приводит к тому, что человека перестают называть по отчеству: *...То, что недавно из «Нашей губернии» возвратили Макару плохой рассказ, известно всему уезду и вызывает насмешки, длинные разговоры, негодование, и **Макара Денисыча** уже называют Макаркой* («Весной»).

Кроме того, обращение по имени и отчеству используется и в симметричных речевых актах представителей любой социальной среды в ситуациях как официального, так и неофициального общения. ***Иван Алексеич**! – крикнул чиновник в воздух, как бы не замечая Волдырева. – Скажешь купцу Яликову, когда придет, чтобы копию с заявления в полиции засвидетельствовал!* (обращение одного чиновника к другому в рассказе «Справка»). *Возмечтали о себе высоко, **Трифон Пантелеич**, – убеждал портного дьячок* («Капитанский мундир»).

Как показал анализ, использование патронимической формы имени при обращении к близкому человеку может быть как нейтральным, так и (что гораздо чаще) указывать на характер эмоций и волеизъявление адресанта.

Наряду с другими ситуациями общения патронимическая форма обращения может быть использована в симметричных речевых актах межгендерной коммуникации. В этом случае коммуникантами являются преимущественно лица среднего или старшего возраста любого социального статуса (но чаще высокого или среднего). Вот несколько примеров, репрезентирующих подобные коммуникативные ситуации. *Я дам вам тесу, **Кузьма Кузьмич*** (обращение генеральши к соседу-помещику в рассказе «Симулянты»). *Что же вы молчите, **Иван Акимыч**? Коли пришли и помешали зубрить роль, то хоть разговаривайте*! (обращение актрисы-инженю к комику в рассказе «Комик»). *Не могу себя побороть! Бейте, браните, а уж я скажу, **Марья Андреевна***! (обращение комика к инженю в том же рассказе).

Следует отметить, что обращение по имени и отчеству к лицу низкого социального положения встречается редко и свидетельствует или о высокой степени уважения к нему окружающих, или о ситуации, в которой такое обращение диктуется правилами этикета. Подобные обращения к лицу женского пола с низким социальным статусом единичны, например: *Кушайте, **Данило Семеныч**! – угощала нянька извозчика. – Не потребляю-с... нет-с... – отнекивался извозчик. Не невольте, **Аксинья Степановна*** («Кухарка женится»).

Помимо рассмотренных, в прозе А. П. Чехова очень широко представлены утраченные в настоящее время патронимические формы обращения в коммуникации *молодых* людей противоположного пола. Так, в рассказе «Поленька» молодые люди (он – приказчик в магазине, она – дочь содержательницы модной мастерской) обращаются друг к другу по имени и отчеству: Николай Тимофеевич и Пелагея Сергеевна. Вот еще ряд подобных примеров. *Съедемте вниз,* ***Надежда Петровна****! – умоляю я. Но Наденька боится* (обращение молодого человека к девушке в рассказе «Шуточка»). ***Варвара Петровна****! – начал я после первого поцелуя* (обращение героя к любимой девушке в рассказе «Пропащее дело»).

Можно предположить, что обращение друг к другу по имени и отчеству молодых людей разного пола свидетельствует или о недостаточной степени близости, когда они еще не перешли на обращение по имени, или подчеркивает важность ситуации. Так, в рассказе «Который из трех» девушка обращается к влюбленному в нее молодому человеку (которого обычно называет по имени) по имени и отчеству в ситуации, когда объявляет ему, что выходит замуж за другого: *...****Дмитрий Иваныч****! Не пишите мне писем! Я выхожу замуж... Прощай, Митя!*

Обращение посредством патронимической формы имени (независимо от социального статуса коммуникантов) является также возможным при общении супругов или мужчины и женщины, находящихся в близких отношениях. Вот несколько примеров подобных обращений к мужчине женщин разных сословий. ***Павел Васильич****! – будит Пелагея Ивановна своего мужа. – А, Павел Васильич! Ты бы пошел позанимался со Степой, а то он сидит над книгой и плачет* («Накануне поста»). *Мать... не выдержала и сказала: «Ты бы,* ***Евграф Иваныч****, дал ему еще рублей шесть на сапоги* (обращение жены к мужу в рассказе «Тяжелые люди» связано с просьбой денег для сына, что свидетельствует о ее *материальной* зависимости от мужа).

Патронимическое обращение женщины к мужчине может репрезентировать и ситуацию *психологической* зависимости, например: *Давно уж я вас не видала,* ***Егор Власыч****... – говорит Пелагея, нежно глядя на двигающиеся плечи и лопатки охотника* (обращение влюбленной крестьянки в рассказе «Егерь»); *Я люблю вас! – просила она. – Не гоните меня,* ***Кондратий Иваныч****! Я не могу жить без вас*! (обращение жены к мужу-актеру в рассказе «Трагик»). В обоих случаях женщины испытывают чувство безответной любви. Патронимическое обращение в подобных речевых актах может выражать и другие аспекты взаимоотношений коммуникантов, например: ***Павел Андреич****, – сказала она после некоторого молчания, – два года мы не мешали друг другу и жили покойно. Зачем это вам так вдруг понадобилось возвращаться к прошлому?* (обращение жены к мужу в рассказе «Жена», материальная зависимость от него сочетается с чувством неприязни).

Следовательно, если в первом из приведенных выше примеров обращение по имени и отчеству можно расценивать как нейтральное (хотя и в нем можно отметить наличие интенции просьбы), то в остальных случаях данная форма обращения является индексом того, что симметричный по форме речевой акт по сути своей является асимметричным, поскольку роль женщины в нем является зависимой.

Патронимическое обращение мужа к жене в аналогичных речевых актах тоже может указывать на ситуацию зависимости от нее, например: ***Анна Филипповна****! – сказал он... – Не вели казнить, вели слово вымолвить... Грешен!* (обращение коллежского асессора Мигуева к жене в рассказе «Беззаконие»). Но в рамках анализируемого материала таких примеров немного. Обычно мужчины в подобных ситуациях употребляют другие формы обращений.

Анализ представленного материала позволяет утверждать, что обращения играют важную роль в характеристике персонажей и репрезентации их взаимоотношений. Форма обращения эксплицитно или имплицитно репрезентирует социальные, возрастные, гендерные, образовательные, религиозные и другие характеристики адресата. По тому, как обращаются к персонажу художественного произведения, можно сделать выводы о месте данного героя в системе образов-персонажей, об отношении его с другими персонажами, а также об авторской оценке данного образа. Кроме того, форма обращения может идентифицировать и самого адресанта.

Таким образом, отбор субстантивной лексики для номинации персонажа в произведениях А. П. Чехова представляет собой целенаправленный процесс, служащий адекватному выражению авторских интенций. Автор выбирает оптимальный, с его точки зрения, способ номинации, используя возможности лексической системы для передачи как экстралингвистического содержания, так и собственного мировосприятия. Личные имена собственные становятся в структуре произведений А. П. Чехова важными компонентами художественной системы и развивают под ее воздействием эстетические значения, направленные на решение идейно-эстетических задач писателя, создание психологической характеристики персонажей. Использование по отношению к персонажу определенной формы обращения в рассказах А. П. Чехова вписывает его в систему социальных координат, указывает на психологические черты

личности и эмоциональное состояние в момент речи. Следовательно, этот прием играет важную роль в характеристике персонажа и выражении идейного содержания произведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайцева Т. В. К вопросу о словарном описании собственных имен в поэзии К. Бальмонта / Т. В. Зайцева // Язык русской литературы XX века: Вып. 2 / Под общ. ред. О. П. Мурашовой, Н. А. Николиной. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2004. – С. 28-34.

2. Данилина Е. Ф. Категория ласкательности в личных именах и вопрос о так называемых «сокращенных» формах имен в русском языке / Е. Ф. Данилина // Ономастика. – М.: Наука, 1969. – С. 149-162.

3. Крысин Л. Г. О некоторых понятиях современной социальной лингвистики / Л. Г. Крысин // Язык и общество. Межвуз. науч. сб. Вып. 4. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1977. – С. 3-19.

4. Сироткина Т. А. К вопросу о стилистической окраске антропонимов / Т. А. Сироткина // Ономастика Поволжья: Тез. докл.VIII междунар. конф. Волгоград, 8–11 сент. 1998 г. / Отв. ред. и сост. В. Супрун. – Волгоград: Перемена, 1998. – С. 90-93.

5. Фонякова О. И. Имя собственное в художественном тексте / О. И. Фонякова. – Л., 1990. – 206 с.

Рецензент — О.Н.Чарыкова.

Статья принята к печати 18.10.2006.

СОВМЕСТНАЯ ВСТРЕЧАЕМОСТЬ ЕДИНИЦ ЛЕКСИЧЕСКОГО ЯДРА РУССКОГО ЯЗЫКА

© 2007 Хамид Акрам Азиз

Воронежский государственный университет

В данной статье нами была поставлена задача проанализировать на материале художественного текста феномен возможной совместной встречаемости лексических единиц, принадлежащих к лексическому ядру русского языка, в одних и тех же контекстах.

По частотному словарю русского языка под редакцией Л. Г. Засориной были отобраны наиболее частотные полнозначные единицы русского языка общим количество 42:

1. Говорить
2. Большой
3. Дело
4. Новый
5. Человек
6. Рука
7. Жизнь
8. День
9. Хотеть
10. Работа
11. Думать
12. Глаз
13. Земля
14. Слово
15. Свет
16. Сила
17. Народ
18. Есть
19. Вода
20. Жить
21. Голова
22. Хорошо
23. Война
24. Друг
25. Город
26. Дом
27. Лицо
28. Дверь
29. Много
30. Путь
31. Стол
32. Молодой
33. Голос
34. Мать
35. Вместе
36. Маленький
37. Быстро
38. Бог
39. Черный
40. Белый
41. Старый
42. Ночь

Употребление данных слов было проанализировано на материале современной русской художественной литературы, на текстах общим объемом более 1 млн словоупотреблений. Приведем примеры на материале текстов двух авторов – Д. Донцовой и В. Константинова.

– Ладно вам, – примиряюще поднял **руки** Андрюшка. – Дарья, спрячь шашку, у нас к тебе **дело** (Донцова «Вынос дела», стр. 6).

Нашла убийцу Ларисы, помогла вернуть детей, украденных у **матери**, спасла от тюрьмы Макса Полянского, вытащила из лагеря Рому, да **много** чего было, потому что разнообразные приключения и неприятности слетаются на мой двор стаями (Донцова «Вынос дела» стр. 12).

Нам никогда не попасть в **дом** законным **путем**. Да и нет никаких улик, только подозрения (Донцова «Вынос дела», стр. 13).

За поворотом показался скрытый деревьями **дом**. **Большой**, из красного огнеупорного кирпича, он производил самое положительное впечатление (Донцова «Вынос дела», стр. 29).

Перед **глазами** открылся зал, метров пятьдесят, не меньше. Справа тянулись **столы**, заставленные всевозможными блюдами (Донцова «Вынос дела», стр. 30).

Свет луны бил прямо в комнату, и **человек**, пришедший ночью тайком в библиотеку и зачем-то опустившийся на ковер... (Донцова «Вынос дела», стр. 55).

Маленькая дверь, обитая дешевым дерматином, распахнулась, и на пороге возникла Раиса (Донцова «Вынос дела», стр. 60).

Раиса дернула носом, потом еще и внезапно в **голос** зарыдала, уронив на столешницу всклокоченную **голову** (Донцова «Вынос дела», стр. 61).

А если такая вероятность существует, то к этой переориентации нужно быть готовыми, потому что любые глобальные изменения в какой-либо одной сфере внутренней **жизни города** обязательно скажутся на других (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 10).

Приехал к **матери,** устроился на **работу** водителем грузовика (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 13).

По **словам** работников милиции, «из-под Горбатого» только за 1991–1992 годы было посажено пять преступных группировок общей численностью более 25 **человек (**Константинов «Бандитский Петербург», стр. 23).

Может быть, просто захотел чуть-чуть приоткрыть завесу над некоторыми теневыми сторонами **жизни** нашего **города (**Константинов «Бандитский Петербург», стр. 23).

Говорят, многие коллеги Горбатого не понимали, почему он, обеспеченный **человек**, под конец своей **жизни** снова пошел на «криминал» (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 23).

Иной раз едешь в метро **на дело**, на машине-то нельзя – на **лица** смотришь, и редко-редко хорошее **лицо** мелькнет (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 31).

О чем **говорить**, если в лагере само начальство **хорошо** относится к убийцам и очень плохо к мошенникам (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 32).

Посоветовал валидол с собой взять, телефон не обрезать – **человек-то старый**, вдруг плохо станет (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 33).

Мне нравится **новый** командующий 14-ой армии Лебедь – и по **лицу**, и потому, что он **говорит (**Константинов «Бандитский Петербург», стр. 34).

У него каждое **слово** – как кинжал, как **говорит** мой приятель Миша Монастырский (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 34).

Да честно говоря, нет желания и **сил много** писать (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 38).

Зам. прокурора **города** Большаков давал с**лово** меня освободить под подписку о невыезде. И слова своего не сдержал (Константинов «Бандитский Петербург», стр. 38).

Совместную встречаемость также продемонстрировали следующие лексемы:

молодая, свет
город, думать
хотеть, мать
город, дом
человек, свет
слово, голова
голова, глаза
глаза, двери
хотеть, хорошо
глаза, быстро
человек, вместе
человек, свет
стол, большой
хорошо, жить
дом, жить
жизнь, много
дом, маленький
сила, хорошо
хотеть, работа
дверь, дом
бог, руки
лицо, глаза
свет, дверь
дело, хорошо
дверь, молодой
друг, человек
руки, мать
голова, дверь
молодой, маленький
день, черный
дверь, лицо
дом, народ
мать, молодой
старый, рука
сила, говорить
жить, жизнь

стол, голова
дело, ночь
день, лицо
работа, быстро
сила, быстро
лицо, дом
город, много
хотеть, народ
много, говорить
город, мать
говорить, маленький
война, хорошо
жить, война
новый, сила
лицо, жизнь
слово, говорить
много, маленький
хорошо, вместе
дом, мать
много, народ
народ, лицо
работа, быстро
маленький, рука
вместе, ночь
дверь, старый
глаза, народ
вода, белый

Обращает на себя внимание наличие совместной встречаемости в одном высказывании трех и четырех слов лексического ядра:

ночь, руки, слова, дверь
маленький, голова, лицо
много, жить, хорошо
голос, дом, черный
дом, вода, голос
много, город, думать
ночь, день, новый
лицо, глаза, друг
жизнь, друзья, слово
думать, слова, старый, друзья
быстро, стол, белый, дверь
слово, дело, старый
думать, голова, дом
человек, слова, хорошо, свет
человек, думать, дело
молодой человек, белый
говорить, есть, маленький
день, белый, вместе

Таким образом, исследование показало, что единицы лексического ядра русского языка демонстрируют заметную тенденцию к совместной встречаемости в одинаковых микроконтекстах, которая заметно выходит за рамки случайной, что свидетельствует о том, что эти единицы имеют между собой не только частотную, но и смысловую общность, и в реальности представляют собой определенную лексическую группировку – ядро лексико-семантической системы русского языка.

Рецензент — И.А.Стернин.
Статья принята к печати 16.12.2006.

НОВЕЛЛИСТИКА ВИЛЬГЕЛЬМА ГАУФА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЖАНРА

© 2007 М.В. Чернышова

Воронежский государственный университет

Новеллистике В. Гауфа не пришлось завоевать должного признания читателя. Сюжеты его новелл далеко не всегда самостоятельны, а их стиль не до конца самобытен. Однако этой части творчества писателя, равно как и всем его произведениям, несомненно, присуще известное обаяние. Выбирая свою собственную манеру письма, молодой литератор нередко заимствует темы, а порой и сюжеты у других авторов. В числе них и великие мастера (В. Скотт, И. В. Гете, Ф. Шиллер), и беллетристы более скромного уровня (Г. Клаурен, Г. Цшокке).

Гауф написал всего шесть новелл: «Отелло» (1826), «Нищенка с моста Искусств» (1826), «Певица» (1827), «Еврей Зюсс» (1827), «Последние рыцари Мариенбурга» (1828) и «Портрет Императора» (1828). К этому можно присовокупить еще «Проклятье» – вставную новеллу в «Мемуарах Сатаны».

Новеллистика писателя редко становилась объектом литературоведческого изучения. Не все исследователи высказывались о ней положительно. С. Нейгауз в своей монографии «Вильгельм Гауф. Игра с читателем» (2002) утверждает, что едва ли не все литературоведы, изучавшие новеллы молодого немецкого автора, отзывались о них отрицательно, называя в числе защитников юного художника слова лишь одного Г. Козелека [12, 46]. Однако это не совсем так. Есть примеры, когда литературоведы выделяют новеллы писателя как лучшую или главную часть его творчества. К таким ученым можно отнести М. Мендгейма, по словам которого «настоящим апогеем музы Гауфа стали его новеллы, где он достиг совершенства» [11, 22]. М. Дрешер подчеркивает, что, несмотря на явные недостатки, новеллы В. Гауфа, равно как и остальные его произведения, обладают чертами, способными сохранить свое значение и для будущих поколений: «свежестью, оживленностью, приятной манерой рассказывания, быстрым и решительным успехом» [5, 20]. Сам С. Нейгауз полагает, что даже сегодня эти новеллы актуальны [12, 53]. Й. Клейн тоже отдает должное искусству Гауфа-повествователя, отмечая, что его новелла «пленяет даже сегодня» [8, 188], а Г. Копман восхищается не только манерой писателя-новеллиста, но и его искусным умением использовать темы, сюжеты и мотивы [9, 491].

Несмотря на неоднозначные и не всегда положительные оценки исследователей, новеллистическое творчество В. Гауфа являет собой интересный, хотя и забытый литературный феномен. По характеру изложения и остроте проблематики эта часть творчества писателя представляет несомненный интерес для исследователя как звено в художественном развитии немецкой новеллистики и немецкой литературы. Прежде всего потому, что она связывает две литературные эры, сочетая в себе и тенденции умирающей романтической эпохи, и зачатки новой, еще не родившейся эстетики реализма.

По сравнению с предшествующим этапом развития жанра, новелла В. Гауфа являет собой нечто принципиально новое. Немецкая романтическая новелла – особая страница в истории европейской новеллистики. Несмотря на то, что отправной точкой для немецких романтиков являлось знаменитое гетевское определение («неслыханное происшествие»), романтики сильно видоизменили этот жанр, в основном за счет того, что «неслыханное» в их новелле превращалось в фантастическое, а сама новелла часто тяготела к сказке, мифу, философской притче. При всем этом романтическая новеллистика была разнородна и разнообразна. Она в равной степени касалась и тайн бытия, и глубин человеческой психологии.

Е. М. Мелетинский «типическую форму романтической новеллы» видит в новелле Л. Тика. По его мнению, именно она «синкретически объединяет все главные свойства собственно романтической новеллы – фантастику и символику, «странные» состояния и характеры, лирические пейзажи с психологическим параллелизмом, не

говоря уже о той соотнесенности личностного микрокосма с окружающим его большим космосом...» [3, 171]. Не только Тик, но и другие романтики часто и охотно обращались к фантастике (А. Арним, К. Брентано, Й. Эйхендорф, Э. Т. А. Гофман, А. Шамиссо). Даже у наиболее приближенного к действительности Г. Клейста мы тоже часто сталкиваемся с необъяснимыми явлениями.

Принципиальное новаторство В. Гауфа заключается в том, что он возвращает новеллу к реальности обыденной жизни. В творчестве «классических» представителей романтизма границы между новеллой и сказкой часто бывают размыты. Не случайномногие исследователи, говоря о романтической новелле, часто смешивают ее со сказкой [1, 21-33; 3, 171]. У Гауфа – это разные жанры. Он не исключает присутствия «странных» явлений в сюжете новеллы, но стремится все-таки к ее обособлению от сказки. Уже давно стали хрестоматийным примером слова, вложенные писателем в уста дервиша Мустафы из второго альманах сказок: «Очарование сказки и новеллы проистекает из одного основного источника: мы переживаем нечто своеобразное, необычное. В ***сказках*** это необычное заключается во ***вмешательстве чудесного и волшебного в обыденную жизнь*** человека; в ***новеллах*** же все случается, правда, ***по естественным законам, но поразительно необычным образом***» [2, 112] (курсив наш. – ***М. Ч.***).

Сам автор, правда, не всегда следовал собственной теории. Многие его сказки полностью лишены волшебного элемента («История об отрубленной руке», «История Альмансора», «Спасение Фатьмы» и др.), хотя условно-восточный колорит с лихвой замещает отсутствующее волшебство. Зато, создавая свои новеллы, художник четко придерживался заданного правила. Во всех его новеллах, так или иначе, речь идет о происшествиях из обыденной жизни. Действие большинства из них разыгрывается в современную писателю эпоху. Можно с уверенностью сказать, что такое сильное притяжение к реальной современности впервые в Германии появляется именно у В. Гауфа.

Фантастический элемент если и встречается, то уходит на периферию новеллистического сюжета. В новелле «Отелло» чудо присутствует лишь во сне главной героини. Это не более чем дань романтической традиции. В тринадцатую главу «Еврея Зюсса» вкрапляется целый ряд фантастических элементов, здесь есть и страшные предзнаменования, и иррациональное объяснение смерти герцога. Однако все эти мистические атрибуты собраны на нескольких страницах, в то время как основной текст новеллы лишен каких-либо чудес[1]. Скорее всего, фантастический элемент используется В. Гауфом только для украшения и привлечения большего внимания со стороны читающей публики.

В некоторых других новеллах также имеет место ощущение тайны, загадки («Певица», «Нищенка...»), однако в этих произведениях оно переносится в сферу сознания героя. Таким образом, повествование приобретает две плоскости. В одной – мы переживаем нечто чудесное, необычное, но это лишь внутренний сюжетный план, живущий как бы в душе персонажа, в другой – все происходящие события подчиняются разумному объяснению.

Отказ от чудесного – не единственный шаг писателя на пути к реалистическому методу. Юный автор охотно изображает в новеллах современный быт. Вспомним реалистическую картину сбора винограда в «Портрете Императора». В «Нищенке с моста Искусств» подробно описана работа парового механизма, хотя во времена В. Гауфа различные технические изобретения и промышленное оборудование только начинали появляться в Германии. И. Отте подчеркивает любовь писателя к изображению повседневной жизни [13, 145].

В новеллистике В. Гауфа отразилась культурная жизнь и идеологический климат эпохи. Это заметно и в изображении литературных споров в «Последних рыцарях Мариенбурга», и в описании жизни высшего общества в карликовых княжеских резиденциях в «Отелло», и в сатирических нападках на филистеров, жителей провинциальных городов в «Певице», и в сетованиях на немецкую юриспруденцию и полицию в этой же новелле. Можно упомянуть также о размышлениях над тяжелой жизнью крестьян в «Портрете императора».

В этом последнем произведении художника иронично, но все же весьма правдоподобно показан конфликт между представителями северных и южных германских земель. В. Гауф вообще часто касается актуальных вопросов современной

[1] В связи с этим нам представляется недостаточно обоснованным мнение А. П. Склизковой о том, что В. Гауф повсеместно признает в своих произведениях присутствие в действительной жизни параллельной потусторонней сверхреальности, по законам которой должны жить и действовать его персонажи (Склизкова А. П. Реальное и сверхъестественное в поэтике В. Гауфа (романы и новеллы): Автореф. дис. ... канд. филолог. наук / Склизкова Алла Персиевна. – СПб., 1994. – 14 с.

общественной жизни. Роль женщины в семье, обществе, искусстве («Певица», «Нищенка...»), проблема семьи и брака («Нищенка...»), положение современной литературы («Последние рыцари...»), разногласия между отдельными германскими землями, политическая роль Наполеона («Портрет императора»), ограниченность и провинциальность бюргеров («Отелло», «Певица») и т. д. Нельзя сказать, что эти проблемы получают в новеллистике писателя глубокое освещение. Однако уже сам факт того, что они приобрели право на существование в серьезной литературе, заслуживает всяческого внимания.

Все эти пока еще только намечающиеся стремления свидетельствуют и о новых тенденциях в литературном процессе, и о чуткости молодого автора к велениям времени. Можно отметить также хоть и робкие, но отчетливо различимые попытки реформировать речевой стиль произведения. В повествование вторгаются элементы живой разговорной речи эпохи, диалектизмы, модные французские словечки. Слово стремится быть изображенным.

То и дело в высказываниях проглядывают характеры, а временами даже социальная принадлежность действующих лиц. Так, в речи книготорговца Капера из «Последних рыцарей...» нередко встречаются профессиональные термины (октав – полиграфический формат в восьмую долю листа, издательство, печатный лист, литография) и жаргонизмы. В высказываниях финансового магната Зюсса из одноименной новеллы делаются акценты на разного рода названиях должностей, регалий и титулов («юрисконсул края», «господин регистратор», «советник экспедиции», «господин капитан» и др.). Этот «казенный» язык хотя бы отчасти проливает свет на характер героя. Образ одного из комических персонажей «Певицы» (как, впрочем, и многих других героев В. Гауфа), коммерческого советника Больнау, раскрывается только через его реплики. Вслушиваясь в слова этого действующего лица, нетрудно составить представление об этом поверхностном и эгоистичном, однако весьма сентиментальном обывателе, любящем свежие сплетни. Выслушав ужасающую историю о тяжелом и опасном ранении молодой девушки, Больнау восклицает: «О, Боже, как это меня трогает! <...> Точно так же лежала она восемь дней назад в опере «Отелло», когда играла Дездемону. Уже тогда эффект был настолько ужасно правдоподобным и вправду ужасным, что казалось, негр и в действительности ее убил; а теперь это зашло так далеко! Как это меня трогает!» [6, 13].

В некоторых случаях мы сталкиваемся у В. Гауфа с попытками разрушить одноголосое звучание рассказа. Автор временами пользуется несобственно прямой речью, зачастую прибегает к стилизации и пародии. К примеру, такие персонажи, как младший Больнау («Певица»), режиссер («Отелло»), магистр Бункер («Последние рыцари...») являются носителями «чужого» слова, обретшего новое ироническое звучание. Следует, однако, заметить, что эти образы – гиперболизованные пародии на гофмановских чудаков и энтузиастов. Для В. Гауфа они, пожалуй, не типичны.

В большинстве своем герои гауфовских новелл – рядовые представители его круга: приятные, образованные, еще не искушенные молодые люди. Набор характеров в арсенале писателя не отличается разнообразием. Многие из них похожи друг на друга. Чаще всего в центре повествования стоит молодой человек, способный к тонкому чувству, которому предстоит столкнуться с жизненными коллизиями. Таковы Рempен («Последние рыцари»), Фребен («Нищенка...»), Рантов («Портрет императора»). Но все-таки тенденция к индивидуализации намечается. Чувствительности Фребена противостоит молодая самоуверенность Рантова и т. д. Образы женщин – Жозефа, принцесса Софи, Элиза Вильков, Анна Тирберг – всегда и неизменно привлекательны, но тоже, пусть и не разительно, отличаются друг от друга. Если, например, героиня «Нищенки...» способна только гордо терпеть и страдать, то Анна из «Портрета» выступает как самостоятельная личность, способная отстаивать свои взгляды.

Порой писатель отступает от выбранной ограниченной траектории, и в поле его зрения попадают люди из других сфер: представители княжеского рода в «Отелло», деклассированные элементы (Пальви, Бункер в «Последних рыцарях Мариенбурга», Жозефа в первой части «Нищенки с моста Искусств»).

Уже отмечалось, что Гауф черпает характеры из реальной жизни. М. Дрешер, например, замечает, что люди, похожие на магистра Бункера, книготорговца Капера, коммерческого советника Больнау, могли жить в Штутгарте [5, 9-10]. Ни для кого не секрет, что дедушка писателя явился прототипом старого Ланбека [11, 31-32], а барон фон Хюгель стал прообразом для портрета генерала Вилли [11, 31-32]. Известно также, что «многие новеллы, например «Отелло», «Нищенка с моста Искусств», «Певица», «Еврей Зюсс» полны намеков, а отчасти даже прямых указаний на уголки Штутгарта того времени» [7, 57]. Узнаваемость места действия не могла не привлекать читателя.

Несмотря на довольно поверхностные характеристики действующих лиц, автор старается оценить человека в контексте его социального положения, что представляет интерес не только

для читателя предыдущих столетий, но и для современной публики. Применительно к персонажам В. Гауфа, И. Отте говорит о так называемой «концепции сословной психологии» [13, 155]. Герои его новелл всегда имеют точную профессию, должность. При этом социальный статус каждого героя влияет на его личность, характер, образ жизни.

К этому следует добавить, что во всех новеллах достаточно отчетливо просматривается исторический фон происходящего, т. е. читатель осведомлен о том, где и когда происходит действие. Хронотоп всех новелл совершенно четок. Действие большинства из них развертывается в современной В. Гауфу Германии. По словам И. Отте, «временные обстоятельства» «становятся для них (действующих лиц. – ***М. Ч.***) судьбой. Они влияют на характеры, поступки и жизнь персонажей, но рассматриваются не в развитии, а как нечто статичное, свершившееся» [13, 154]. Не будучи зрелым реалистом, В. Гауф еще не смог в полной мере отразить изменения личности в процессе ее становления. Однако он попытался выхватить из окружающей его действительности ключевые моменты и переложить их на бумагу.

В жанровом отношении новеллы В. Гауфа обнаруживают связь с предшествующим развитием жанра. Их повествование часто начинается «со средней временной точки», как у Л. Тика [3, 171]. Им присущи такие признаки, как сюжетное «зияние», наличие «загадки», «тайны», композиционная «инверсия», т. е. все те признаки, которые, по мнению М. И. Бента, отличают новеллу эпохи романтизма [1, 113].

Связь В. Гауфа с романтизмом прослеживается также в выборе тем. Писатель использует романтические темы, но переосмысляет их по-иному, слегка приземляет, приспосабливает к требованиям своего времени. Так, характерная для романтиков тема искусства лишается высокого сакрального смысла и рассматривается лишь как одно из проявлений современной жизни («Певица», «Последние рыцари Мариенбурга», отчасти «Отелло»).

Поэтому вполне закономерно мнение некоторых исследователей о том, что многое в новеллистике Гауфа роднит его с литературой бидермайера. Действующие лица зачастую ставят на первый план покой, довольство, добропорядочность, благопристойность. («Певица», «Нищенка...», «Последние рыцари Мариенбурга»). Четыре из шести новелл заканчиваются свадьбой или приготовлениями к свадьбе. Во многих произведениях В. Гауфа присутствует «пафос компромисса», отражающий, по словам М. Бента, дух бидермайера. Можно согласиться с его мнением, что объектом гауфовской новеллы является «мир прозы, несколько приукрашенной, идеализированной, но, тем не менее, прозы» [1, 169].

А. Мангеймер отмечает влияние на творчество В. Гауфа не только повествовательных, но и драматических жанров [10, 5-6]. Новелла В. Гауфа вообще близка к драме, очень большое значение в ней имеют диалоги, реплики персонажей и, кроме того, многие приемы в этих произведениях похожи на драматические (построение действия на контрастах, сложность фабулы, отсутствие упора на описания и авторские рассуждения, переодевания героев, странные происшествия во время маскарада и т.д.). Я. Арнаудоф указывает на «театральный эффект», традиционный для комедии, общий для В. Гауфа (в «Портрете Императора» и «Певице») и Л. Тика («Таинственный», «Путешественники», «Музыкальные страдания и радости», «Счастье дает понимание»), который заключается в воссоединении и примирении всех действующих лиц [4, 78].

Несомненно, первостепенной задачей для В. Гауфа была занимательность. Действие новелл отличается напряженностью, суть происходящего раскрывается постепенно. Я. Арнаудоф отмечает, что такого эффекта В. Гауфу помогает добиться так называемая техника Nachholung. Она заключается в том, что писатель зачастую начинает свои произведения in medias res (с самой сути дела), а затем лишь постепенно раскрывает перед читателем Vorgeschichte. Особенно искусно, по словам исследователя, этот прием используется в «Нищенке...» и «Певице» [4, 54-55].

Природный дар блестящего рассказчика делает произведения В. Гауфа по-своему неповторимыми и интересными. Писатель часто обрывает ход событий, чтобы дать какую-нибудь отвлеченную картину: описание быта, эстетический или политический диалог и т. п. За несколько десятилетий до появления жанра детектива молодой художник слова успешно применяет приемы детективного сюжета («Певица», «Еврей Зюсс», «Портрет Императора»

и др.). Вначале, концентрируя внимание читателя на каком-то событии, автор пускает его по ложному следу («Певица»), перегружает повествовательный узор побочными сюжетными нитями («Еврей Зюсс»), последовательно вспоминает предшествующие основному происшествию события («Нищенка с моста Искусств»).

Если прибавить к этому легкий юмор, доверительную позицию повествователя, часто выдающего себя за свидетеля рассказываемых событий (Я. Арнаудоф говорит об этом как о специальном «техническом средстве» [4, 54-55]), то станет понятен успех у читателя этих незамысловатых, но по-своему новаторских историй. Сам В. Гауф

говорил: «...я не чувствую над собой никакого наставника... кроме вечных законов Добра и Красоты, которым я пытаюсь следовать, может быть, несовершенным образом» [13, 177].

Учитывая некоторые неловкие погрешности и даже явные недостатки новелл молодого писателя, не забывая, однако, и о бесспорных и многочисленных их достоинствах, прежде всего хочется подчеркнуть, что новеллы В. Гауфа знаменовали собой появление нового этапа в эстетическом освоении действительности и поэтому заслуживают большего внимания со стороны исследователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бент М. И. Немецкая романтическая новелла / М. И. Бент. – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1987. – 120 с.

2. Гауф В. Сказки / В. Гауф. – М.: Художественная литература, 1988. – 286 с.

3. Мелетинский Е. М. Историческая поэтика новеллы / Е. М. Мелетинский. – М.: Наука, 1990. – 279 с.

4. Arnaudoff J. Wilhelm Hauffs Mrchen und Novellen. Quellenforschungen und stilistische Untersuchungen: Diss. / J. Arnaudoff. – M nchen, 1915. – 96 s.

5. Drescher M. / M. Drescher // Hauffs Werke. – Berlin-Leipzig-Wien-Stutt-gart. – T.1. (Mrchen-almanache). – S. 45-57

6. Hauff W. Die Sdngerin / W. Hauff // Prosaische und poetische Werke von W. Hauff in 12 T. – Berlin: Gustav Hempel, 1879. – Bd. 11, Novellen T. 2. – S. 7-50.

7. Hofman H. Wilhelm Hauff. Eine nach neuen Quellen bearbeitete Darstellung seines Werdeganges / H. Hofman. – F. a M.: Moritz Diesterweg, 1902. – 116 s.

8. Klein J. Geschichte der deutschen Novelle von Goethe bis zur Gegenwart / J. Klein. – Wiesbaden: Franz Steiner Verlag, 1960. – 614 s.

9. Koopmann H. Nachwort / H. Koopmann // Wilhelm Hauff. Smtliche Werke. Mnchen, 1970. - Bd. III. – S. 489-513.

10. Mannheimer A. Die Quellen zu Hauff's «Jud Sьss»: Diss. / A. Mannheimer. – Giessen: Der Grossherzoglich Hessischen Ludwigsuniversitdt, 1909. – 83 s.

11. Mendheim M. / M. Mendheim // Wilhelm Hauffs Werke. – Leipzig u. Wien: Bibliographisces Institut, 1891. – Bd 1. – S. 1-32

12. Neuhauss S. Das Spiel mit dem Leser. Wilhelm Hauff: Werk und Wirkung / S. Neuhauss. – Gцttingen: Vandenhoek & Ruprecht, 2002. – 240 s.

13. Otte I. Das Bild der Dichterpersцhnlichkeit Wilhelm Hauff und das Bild des Menschen in seinen Werken: Diss. / I. Otte. – Mnchen, 1967. – 195 s.

Рецензент – Л.А. Тукузина.

Статья принята к печати 17.11.2006.

МОДИФИКАЦИЯ МАРКТВЕНОВСКОЙ ТРАДИЦИИ В ТЕТРАЛОГИИ Т. УАЙТА «КОРОЛЬ БЫЛОГО И ГРЯДУЩЕГО»

© 2007 Ж.Л. Ширяева

Воронежский государственный университет

В XX веке сохраняется повышенный интерес к переработке мотивов и сюжетов прошлого. По словам американского исследователя Р. Лумиса, «одна из величайших загадок в истории литературы связана с именем короля Артура»[1], легенда о котором зародилась в V веке и продолжает существовать в литературе и по сей день.

Действительно, огромное количество художественного материала об Артуре не только бережно сохраняется в веках, но и постоянно пополняется новыми мотивами и образами в национальных литературах многих стран. В наше время эта средневековая легенда покорила сердца читателей Италии, Испании, Германии и даже Японии. С 1930 года в разных уголках планеты проводятся так называемые артуровские съезды, на которых представляются новые произведения о короле Артуре и центральных героях артуровского цикла, а также обсуждаются критические статьи, пересматривающие уже существующие литературные источники. В 1948 году на втором заседании в Квимпере (Великобритания) было основано Международное Артуровское общество (The International Arthurian Society), которое с 1949 года ежегодно публикует библиографическую сводку издаваемой литературы, в том числе и критической, о короле Артуре.

На протяжении многих столетий средневековые сказания о короле Артуре и рыцарях Круглого Стола трактовались по-разному.

Принимая во внимание бытование легенды в веках, можно выделить две основные традиции использования легенды – изображение героев «артурианы» в серьезном и комическом ключе.

Первая тенденция помогает переосмыслить ценности сегодняшнего дня и способствует созданию мифа о счастливых днях Средневековья. Вторая – восходит к американскому писателю М. Твену и преследует противоположную цель.

Из всех героев артуровского цикла наибольшей популярностью в XX веке пользуется образ волшебника Мерлина. Вот как Ш. Спивак объясняет всплеск интереса к образу волшебника Мерлина в наши дни: «Кельтский маг – не эхо ушедшей эры, а возрожденная к жизни мистическая фигура, заключающая в себе особое значение, столь важное для нашего времени. Неистово возрождающаяся популярность образа Мерлина в XX веке, наверное, представляет собой компенсаторный импульс дефицита древности, который мы испытываем в наш сверхрациональный и сверхтехнологический век» [4, 1].

Дж. Мэтьюз анализирует трактовки образа волшебника современными романистами. Ученый полагает, что хотя образ Мерлина и является полифункциональным, авторы ставят во главу угла разные качества Мерлина. Дж. Мэтьюз считает, что в большинстве произведений об Артуре Мерлин играет одну из следующих ролей: Мерлин-любовник (роман Дж. Кэбелла «Кое-что о Еве» [1935]), Мерлин-пророк (трилогия М. Стюарт о Мерлине, состоящая из романов «Хрустальный грот» [1970], «Полые холмы» [1973], «Последнее волшебство» [1979]), Мерлин-шарлатан (роман Т. Бергера «Артур Рэкс» [1979]), Мерлин-бог (трилогия С. Льюиса «Эта ужасная сила» [1945])[2].

Новизна подхода Т. Уайта к одному из главных сюжетов легенды – воспитанию будущего короля – состоит в том, что он выводит на первое место значение образования и мудрости при управлении государством, поэтому в тетралогии

[1] Loomis R. S. The Development of Arthurian Romance / R. S. Loomis. – London: Hutchinson, 1963. – P. 3.

[2] Matthews Th. Merlin Through the Ages: A Chronological Anthology and Source Book / Th. Matthews. – L.: Blanford, 1995. – P. 310-325.

Т. Уайта Мерлин – учитель, несмотря на его комическое изображение.

Ш. Спивак замечает: «В XX веке наблюдается наплыв «смешных» Мерлинов. Мерлин становится доминирующей фигурой в версиях артуровских легенд» [4, 45]. Исследовательница объясняет это отходом от идеализма и прозаичности XIX века, с одной стороны, и тем, что образ Мерлина отчасти напоминает фигуру сумасшедшего профессора XX века, способного творить невероятные чудеса при помощи науки.

В упомянутых выше работах Ш. Спивак и Дж. Мэтьюз особенно отмечают три пародийно-комических произведения современной «артурианы»: роман «Янки из Коннектикута при дворе короля Артура» М. Твена (1889), тетралогию Т. Уайта «Король былого и грядущего», состоящую из романов «Меч в камне» (1938), «Ведьма в лесу, или Королева воздуха и тьмы» (1939), «Рыцарь, совершивший проступок» (1940), «Свеча на ветру» (1958), а также роман «Артур Рэкс» Т. Бергера (1979).

Марктвеновская интерпретация артуровской легенды самая сатирическая и, пожалуй, единственная по своей резкости в художественной «артуриане». Это связано с негативным отношением писателя к эпохе средних веков. М. Твен не одобрял произведения, в которых чрезмерно прославлялись средневековые ценности и идеалы. Писатель считал средневековый мир примитивным и суеверным, он относился к нему с некоторой долей презрения. Об этом свидетельствует манера повествования в его романе. Уже в предисловии к своей книге М. Твен называет средневековые обычаи и традиции скверными и саркастически высказывается по поводу некоторых представителей исполнительной власти, деяния которых заслуживают осуждения.

М. Твен противопоставляет английское средневековое общество и достижения современного автору американского научно-технического прогресса. Писатель представляет видение средневекового мира глазами рядового американца, полемизируя с А. Теннисоном, который, по мнению М. Твена, ввел чрезмерную моду на идеалы Средневековья и незаслуженно популяризировал образ волшебника Мерлина, который А. Теннисон особенно любил. Вот почему на первой странице первого издания романа «Янки из Коннектикута при дворе короля Артура» мы видим изображение Мерлина, похожего на А. Теннисона. Заказав такую иллюстрацию к своей книге, М. Твен бросил своеобразный вызов поэту-лауреату, которому тогда исполнилось 80 лет.

Мерлин, созданный М. Твеном, – жулик, шарлатан и трус. Хэнки Морган (главный герой произведения М. Твена) называет чародея «старикашка Мерлин», «ерундовый колдун», «болтливый старый осел», «дешевый старый обманщик» [1, 30-31]. М. Твен описывает мага в самом невыгодном свете: он очень стар, почти выжил из ума, у него длинная белая борода, развевающееся черное одеяние, трясущиеся руки, нетвердые ноги, мутный блуждающий взор.

В своем произведении М. Твен противопоставляет абсурдную, по его убеждению, магию Мерлина и рациональные достижения современной науки (реклама, телефон, телеграф, электрическая батарея, гидравлический насос, газета, велосипед и многое другое), которые янки Хэнки Морган внедрил в средневековое королевство короля Артура. Благодаря знаниям и научной мысли XIX века янки перехитрил и превзошел Мерлина в нескольких основных сценах романа: «Всякий раз, когда волшебство чернокнижия сталкивалось с волшебством науки, чернокнижное волшебство терпело поражение» [1, 298].

Можно предположить, что М. Твен противопоставляет образы янки и волшебника по трем параметрам: возраст, ученость, здравый смысл.

Марктвеновский Мерлин – старик из VI столетия, в то время как Хэнки Морган – молодой человек их XIX века. Разница в возрасте и историческом периоде свидетельствует о том, что, по представлению М. Твена, эпоха, а соответственно и ее традиции, устои, методы давно устарели и изжили себя. Научно-технический прогресс XIX века не может быть поставлен под сомнение, поэтому все победы Хэнки Моргана такие блестящие.

Под понятием «здравый смысл» мы подразумеваем отсутствие в марктвеновском мире попыток оспорить взгляды вышестоящих людей или усомниться в подлинности и точности сказанного. Сцена с так называемым магом-конкурентом доказывает это: во время своих скитаний король Артур и янки, переодетые странниками, встречают чародея, который якобы провидит, что делают в данную минуту император Востока, повелитель Индии, султан Египта, но не может ответить, что делает Хэнки Морган правой рукой за своей спиной.

Другой эпизод связан с восстановлением иссякшего источника. Мерлин утверждает, что для его функционирования необходимо произнести имя восточного духа, якобы околдовавшего это место. Хэнки Морган чинит колодец с помощью подручных средств, но, желая поглумиться над Мерлином и перед тем, как пустить воду, выкрикивает шуточные комбинации из сложных немецких слов, которые не имеют смысла. Последняя «страшная» фраза – бессмысленный набор звуков. Она заставляет Мерлина лишиться чувств. Хэнки Морган объясняет обморок чародея следующими

словами: «Какое бы дурацкое имя я ни придумал, Мерлин признал бы его настоящим» [1, 168].

Таким образом, М. Твен утверждает превосходство типичного американского героя над волшебником. Автор всячески принижает мага, делает его жертвой прогресса (он даже умирает, прикоснувшись к забору, через который пропускается электричество).

Совершенно иначе представлен комический образ Мерлина в произведениях Т. Уайта. Хотя автор является продолжателем марктвеновской пародийно-комической традиции, он не ограничивается пародией на легенду о короле Артуре. Во-первых, комический образ уайтовского Мерлина очень приятен, во-вторых, как уже было отмечено, он напоминает фигуру сумасшедшего профессора XX века, в-третьих, Мерлин в тетралогии Т. Уайта выполняет серьезную функцию.

Уайтовский Мерлин рассеянный, неуклюжий, экономный и эмоциональный человек. У него белая развевающаяся борода и усы, он носит клетчатые бриджи и вяжет себе на зиму очередной ночной колпак, иногда вместе с едой жует свою бороду, часто путает заклинания и, по-стариковски, время от времени ворчит на Артура (в романе его зовут Варт). Однако, несмотря на комичность своего образа, в повествовании Т. Уайта Мерлин играет важную роль – обучает Артура и готовит его к выполнению будущей миссии – миссии образованного и миролюбивого короля Британии.

Волшебник живет «обратно» во времени (будущее человечества является его прошлым) и прислан из нашего времени, чтобы воспитать цивилизованного правителя, которому предстоит создать в Англии первое в истории гражданское общество.

Уайтовский Мерлин, хотя и имеет в запасе арсенал различных магических микстур и прибегает к волшебству, больше философ: «Вообще что-либо делать для людей – занятие вполне безнадежное, а зачастую и очень опасное, – пожалуй, единственное, что имеет смысл делать для рода человеческого, это увеличивать запас имеющихся в его распоряжении идей. <...> И при этом существует слабенькая надежда, лет за тысячу что-нибудь да и переменится к лучшему. В этом и состоит задача философа: поставлять людям новые мысли» [3, 443] и ученый: «Ученый должен без жалости продвигаться вперед, преследуя единственную в мире вещь, имеющую значение, – Истину» [3, 113], нежели маг.

Уайтовский Мерлин прививает своему воспитаннику жажду познания и призывает его не лениться осваивать окружающий мир. В первом романе «Меч в камне» Мерлин наставляет Артура: «Знание – единственное, что никогда не подводит. Ты можешь состариться настолько, что все кости в тебе разболтаются, ты можешь лежать ночи напролет, прислушиваясь к непорядку в своих венах, ты можешь утратить единственную любовь и увидеть, как мир вокруг тебя опустошают злые безумцы, или знать, что честь твою пинками загнали в сточные канавы, прорытые низкими умами. И тогда останется только одно – учиться. Попытаться понять, почему мир пребывает в движении и что его движет. Это единственное, от чего разум никогда не устанет, к чему никогда не охладеет, что никогда не причиняет ему мучений, к чему не испытывает и тени сожаления. Учиться – больше тебе ничего не нужно. Ты только взгляни, как много на свете такого, что стоило бы изучить...» [2, 273].

Устами волшебника Т. Уайт осуждает человеческую глупость, которая приводит к кровопролитию, и противопоставляет ее разуму и разумному выбору, основанному на знании. Мерлин убежден: «Горе не в том, что ты делаешь. Горе в том, как ты думаешь. Если и существует что-то, что я не в состоянии переносить, так это глупость. Я всегда говорил, что глупость – это прегрешение против Духа Святого» [2, 330].

Приемы обучения Мерлина необычны. Он превращает Артура в различных животных, птиц, рыб, с тем, чтобы будущий король понял их предназначение и испробовал разные модели поведения; учит его колдовству и фокусам; отправляет в путешествие во времени и пространстве; вовлекает в приключения в огне, воздухе и на земле; знакомит с Робин Гудом и его спутницей Мэрион для приобретения навыков свободного общения и т. д. Юный Артур (Варт) практикует разные формы жизни с целью приобретения всестороннего опыта, который пригодится ему как правителю. Рыба открывает ему секрет силы и учит его больше видеть; будучи птицей, он учится мужеству и зоркости; став змеей, он получает знания о мировой истории; с помощью совы Мерлина – Архимеда Артур попадает в Афины, где постигает тайну превращения вселенной из хаоса в гармоничный мир; барсук открывает ему тайну божью и объясняет, как получить божье благословение; попадая в гусиное войско, Варт становится одним из «этих странных географов» [2, 258], так как ему приходится оценивать силу ветра, соотносить ее со своей силой, опознавать дождевые облака, придумывать, чем питаться в дороге.

Несомненно, уайтовский Мерлин эксцентричен, он подвергает своего воспитанника невероятным магическим и рыцарским экспериментам, чтобы закалить его и подготовить к тому, чтобы стать королем «грядущего».

Исследователи уайтовской трактовки высоко

оценивают такую интерпретацию этого образа. Э. Кэнэм называет приемы воспитания Мерлина «блестящей педагогикой»[3]. Дж. Маклелан отмечает, что учение Мерлина успешно, поскольку «он мизантроп и некромант, учащий Артура на примере животных»[4]. Дж. Крейн с одобрением отзывается о методах обучения Мерлина, хотя и называет его «твердолобым консерватором»[5].

Из биографии писателя, составленной С. Уорнер, мы узнаем, что Т. Уайт в середине своей жизни отождествлял себя с волшебником Мерлином, образ которого он создал. Подобно магу он уединился в лесном домике и жил вдали от других людей в окружении животных и птиц.

Из этой же биографии мы также узнаем о необыкновенной тяге Т. Уайта к познанию. Он был трудоголиком: «Я хотел компенсировать чем-то свою неполноценность, потому что таким я себя ощущал. Я боялся всего, мне казалось, я мог подвергнуться какой-либо опасности, или что произойдет какая-нибудь катастрофа, поэтому мне пришлось научиться стрелять из ружья и из лука, управлять самолетом. <...> Мне даже пришлось научиться рисовать, строить, замешивать цемент, быть плотником... <...> Мне приходилось быть не только в хорошей физической форме. Мне приходилось много думать и много размышлять. Я должен был окончить университет с отличием. Я должен был стать ученым»[6].

Как видим, необычность трактовки уайтовского Мерлина была обусловлена причинами не только литературного характера, но и личностного. Т. Уайт соединяет марктвеновскую интерпретацию средневековой легенды с собственной. Писатель смещает акценты в сторону образования и отводит обучению главенствующие позиции в жизни человека, что, с позиции прогрессивного современного читателя, действительно является важным условием функционирования человека в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Твен М. Янки из Коннектикута при дворе короля Артура. Пер. с англ. Н. К. Чуковский / М. Твен. – М.: АСТ, 2002. – 346 с.

2. Уайт Т. Король Артур. Пер. с англ. С. Ильин / Т. Уайт. Соч.: в 2 т. – М.: Гелиос, 2004. – Т. 1. – 480 с.

3. Уайт Т. Король Артур. Пер. с англ. С. Ильин / Т. Уайт. Соч.: в 2 т. – М.: Гелиос, 2004. – Т. 2. – 592 с.

4. Spivack Ch. Merlin: A Thousand Heroes with One Face / Spivack Ch. – Leviston: Lampeter, 1994. – 114 p.

Рецензент – А.Л. Савченко.
Статья принята к печати 18.10.2006.

[3] Canham E. D. «A Yankee's Odyssey» – Far Frontiers – «The Once and Future King»: Arthur and the «Matter of Britain» / E. D. Canham // The Christian Science Monitor. – 1958. – August 28. – P. 11.

[4] McClellan J. In the Days of Swords and Sorcery / J. McClellan // The Washington Post. – 1979. – July 22. – P. 6.

[5] Crane J. K. T. White / Crane J. K. – N. Y.: Twayne Publishers, 1974. – P. 102.

[6] Warner S. T. T. H. White: A Biography / S. T. Warner. – L.: Viking, 1967. – P. 84-85.

ЖУРНАЛИСТИКА

МИФОЛОГИЧЕСКИЙ ЯЗЫК ЖУРНАЛИСТОВ И «КАРИКАТУРНЫЙ СКАНДАЛ»

© 2007 М.О. Альмаганбетов

Московский государственный университет им. М. Ломоносова

Когда мы говорим о проблеме взаимодействия развитых и развивающихся стран, «центра» и «периферии», то подразумеваем, прежде всего, состояние глобальных экономических отношений. Когда мы обсуждаем проблему «столкновения цивилизаций», то обычно имеем в виду, что наша цивилизация противостоит неспособным к диалогу фанатикам. Если экономические условия зависят от сознания опосредованно, то культурное противостояние существует, главным образом, в головах. Принципиальное непонимание, вызванное различными системами ценностей и способами мышления, приводит к таким конфликтам, как, например, «карикатурный скандал», вызванный публикациями в датской газете «Jyllands-Posten» в 2005 г.

Спор мусульманского сообщества и европейских журналистов походил на разговор слепого с глухим: в обмене мнениями каждая сторона настаивала на своих ценностях, не желая понять ценностей оппонента. Нам кажется, что дело в различии использования языка конфликтующими сторонами: европейские журналисты пользовались языком публичной сферы, главной ценностью которой является свобода выражения мыслей. Язык мусульманского сообщества имел иную природу, и ничего общего с публичной сферой не имел. Конфликт имел исключительно культурные предпосылки. Следует помнить, однако, что именно за них противоборствующие стороны готовы стоять насмерть.

В этой связи очень важно разобраться в предпосылках и особенностях произошедшего конфликта, и выявить ошибки, допущенные сторонами, особенно той, которая считает себя просвещенной и способной к диалогу. Есть надежда, что хотя бы она способна воспринять рациональную критику.

Начало конфликта было связано с социальным экспериментом. Редакция газеты «Jyllands-Posten» решила выяснить, насколько распространена в Дании самоцензура работников СМИ, и что важнее для датского журналистского сообщества – свобода слова или спокойная жизнь?

Для участия в эксперименте редакция пригласила художников-карикатуристов. 30 сентября 2005 г. в газете была опубликована карикатура на пророка Мухаммеда, из тюрбана которого торчала бомба. Через несколько месяцев публикация вызвала массовые акции протеста, осложнения отношений Дании с некоторыми мусульманскими странами. Возмущенные голоса были слышны и среди немусульман. В адрес редакции газеты поступали угрозы расправ. Ситуация усугубилась тем, что в ближневосточных СМИ появился ряд намного более агрессивных и грязных карикатур, которые по словам редактора датской газеты, не имели никакого отношения к «Jyllands-Posten»[5].

Редактор газеты выразил сожаление, что карикатуры оскорбили чувства многих мусульман, тем не менее, он считает себя правым: «Мы не будем приносить извинения за публикацию карикатур, поскольку мы имеем на это право... Если мы принесем извинения, мы предадим многие поколения людей, боровшихся за свободу выражения и гражданские права»[3].

После лавины протеста датскую газету поддержали некоторые СМИ, в частности французская газета «Le Monde»[4]. Примеру европейских коллег последовала и редакция волгоградской газеты «Городские вести»[6].

Со-редактор «Le Monde» Эрик ле Буше считает, что журналист должен соблюдать профессиональную этику: сообщать истину, а не потакать капризам публики. Другой вопрос – как далеко может зайти журналист, если его сообщения задевают чувства людей? Ле Буше так отвечает на этот вопрос: «Людей не нужно оскорблять, их нужно уважать. Идеи уважать не нужно, их надо критиковать»[1].

1 Из личного архива автора. Беседа с Э. Ле Буше (Eric le Boucher) на Всемирном газетном конгрессе в Москве 5-7 июня 2006 г.

Художник, имя которого осталось в секрете, заявил, что карикатура направлена не против ислама как религии, а против исламского фундаментализма. «Когда религия вырождается в религиозный фашизм, мы сталкиваемся с тоталитарными тенденциями сродни фашизму и нацизму... Мне кажется, мы должны бороться против фундаментализма, а главное оружие художника – это карандаш и чувство негодования»[1]. Кроме того, запрет на критику религий ущемляет права убежденного атеиста, считает художник. Он подчеркивает, что сам неоднократно рисовал сатирические картины на христианство, коммунизм и другие «измы». «Я не мусульманин, я нахожусь в своей стране, и я должен иметь право следовать традиции свободы слова, которая является краеугольным камнем нашей демократии. И в этом пункте нам отступать некуда»[1].

Работники газеты были единодушны во мнении, что проблему надо искать не в публикациях журналистов, а в реальных социальных противоречиях, в возрастающей религиозной нетерпимости: если бы конфликт не обострился из-за карикатур, то рано или поздно он проявился бы как-нибудь иначе.

Необходимо отметить силу аргументации европейских журналистов. В современном светском обществе свобода слова является одним из главных завоеваний, говорят они. Поэтому главный этический принцип журналиста – это публикация истинной информации в соответствии с законом. В этой связи журналист имеет полное право критиковать любую религию. Самоцензура, т.е. боязнь публиковать то, что может кому-то не понравиться, будет считаться отступлением от своей гражданской позиции и нарушением главного этического принципа. Критика позиции датских журналистов осложняется еще и тем, что никаких законов журналисты не нарушали. А критика нравственности и излишняя опека религий почти всегда соседствует с демагогией, мифотворчеством и мракобесием. Если она будет успешной, то возникнет прецедент, который впредь будет использоваться в корыстных интересах узких групп общества, говорящих от имени всего общества.

К юмору и сатире благосклонно относились многие философы. А.Бергсон считал, что человек смеется над нелепыми, неуклюжими и неэффективными действиями. «Человечество смеясь расстается со своим прошлым»[9, с. 403], – говорил К.Маркс. Согласно М.М.Бахтину вся народная культура построена на смехе. Смех используется в целях критики, и нередко более эффективен, чем рациональная аргументация или высокопарная риторика. «При пафосном обвинении человек должен солидаризироваться с субъектом критики, тогда как при иронии достаточно дистанцироваться от объекта»[7, с.130] – отмечают специалисты по связям с общественностью.

Чтобы не создать лазейки для ограничения свободы слова в прессе, необходимо признать право журналистов публиковать карикатуры. Они оказались правы формально, и, как нам кажется, в этой формальной правоте и смелой гражданской позиции их нужно только поддерживать.

В то же время аргументы датских журналистов будут не столь однозначными, если мы примем во внимание наличие двух функций языка, выделенных Э. Кассирером и Р. Якобсоном. Немецкий ученый различал магическую и семантическую функции языка[8, с.62]. Р. Якобсон помимо информативной функции языка и экспрессивно-эмоциональной выделял призывно-побудительную функцию, которую можно трактовать как магическую[11, с.193-230]. Попробуем понять, чего достигает художник с помощью карикатуры: передает информацию или совершает символическое действие иной природы?

Информационный язык призван передать правдивую информацию об объективной реальности (например, высказывание «Идет дождь» или «Мусульмане носят бороды»). К информационному языку применимы правила формальной логики и критерий истинности-ложности, т.е. соответствия или несоответствия высказываний действительности. А в отношении побудительного или магического языка этого сказать нельзя (например «Дождик-дождик, веселей, капай-капай, не жалей» или «Мусульмане, отпустите бороды»).

Необходимо подчеркнуть, что информационный язык лишь отражает действительность, но не является ею. Изменив описание реальности, невозможно изменить самое реальность. По мнению антропологов, такой вид речи возник сравнительно поздно. Некоторые исследователи (Б.Ф.Поршнев, Д.В.Ольшанский) считают, что язык возник, прежде всего, как механизм суггестии и побуждения, а не передачи истинной информации.

В этой связи возникает вопрос: на каком этапе своего развития язык приобретает информационную функцию, если изначально он ее не имел?

Нам кажется, что для ответа на этот вопрос можно использовать мысль В.Н.Романова[10]. По его мнению, в традиционной культуре язык был вспомогательным механизмом для коррекции практической деятельности, но информационная деятельность еще не обособилась от других видов деятельности. Иными словами, первобытный мастер мог поправить незадачливого ученика, но не мог описать собственную деятельность в виде

инструкции, поскольку информационного языка в традиционной культуре еще не существует.

Информационная функция языка развивается по мере того, как деятельность начинает требовать от человека объективного описания и планирования. Б. Малиновский называл такую деятельность «наукой».

Как известно, для развития науки необходимо ничем не стесненное рассуждение об объекте исследования, свободная критика на основе логики и фактов, отвлечение от личностей. Инженерная деятельность должна основываться на расчетах, а не на авторитете того или иного инженера. Свободная критика необходима и в социально-политической деятельности, например, при принятии законов или защите в суде. Однако в этом случае она осложняется экономической и политической заинтересованностью участников.

Ограничение свободы слова в науке и рациональной деятельности приводит к догматизму, неэффективности, социальной несправедливости. Ученый с провинциальным взглядом не обладает достаточным количеством фактов и методов, а значит, вынужден развивать науку подручными средствами, по методу бриколажа[2], как первобытный человек.

Свобода слова одержала победу в западных индустриальных обществах, где наблюдался расцвет прикладной науки. Функция свободы слова – в процессе взаимной критики найти истину или оптимальное решение проблемы.

Однако следует помнить, что свободное слово используется только для планирования деятельности, но не для самой деятельности. Приоритетная сфера существования свободы слова – наука, т.е. описание и планирование.

В традиционной культуре свобода слова отсутствует в той степени, в какой культура неспособна к рефлексии и самоописанию. Важнейшей причиной запрета на свободу слова является существование у носителей традиционной культуры представления об онтологическом характере языка. С точки зрения первобытного мифологического мышления, символические действия оказывают точно такое же влияние на реальность, как и физические действия. Такие слова не имеют ничего общего с описанием и планированием и потому свободными быть не могут.

Вернемся к конфликту журналистов с глобальным мусульманским сообществом. Имеют ли карикатуры что-нибудь общее с рациональной критикой в духе науки? Едва ли, скорее они ближе к чувствам и эстетике. Есть ли основания для столь жесткой защиты ими своего права публиковать все, что угодно?

Редактор датской газеты Карстен Юсте была крайне удивлена тем, как мусульмане воспринимают своего пророка: «Из своих бесед с мусульманами я узнала об их отношении к пророку Мухаммеду, которая похожа на любовь. Это такое отношение, которое мы, воспитанные в христианских традициях, просто не можем себе представить»[5].

Каково же это отношение? Напомним, что неизвестный художник ставит в один ряд разнородные вещи: он говорит о критике христианства, коммунизма и других «измов». Не удивительно, что протестанты-датчане не в состоянии представить себе отношение мусульман к пророку – они не различают идеологию и веру. Протестанты перевели Библию с латыни на национальные языки, стали читать ее дома и таким образом превратили ее из литургического чтения в информационное.

Безусловно, существует определенное сходство между идеологией и религией. Они призваны заполнить экзистенциальную бездну и обосновать существование человека и общества. Упомянутая художником коммунистическая идеология носит светский характер, т.е. строит свои основания, опираясь на логику и посюсторонние принципы. Она описывается информационным языком, или по крайней мере претендует на это. Религия, конечно, – не «изм». Религиозные тексты не имеют в качестве приоритетной задачи что-либо описать или объяснить. Их язык имеет мифологический, литургический характер. Стало быть, критиковать их, применяя критерий истинности-ложности, бессмысленно.

Если авторы карикатур и редакторы газеты и «критикуют» исламский фундаментализм, то действуют они по схеме своих пещерных предков – по методу бриколажа. Критика предусматривает применение рациональных инструментов, а образ в лучшем случае может лишь подтолкнуть к озарению, или точной метафоре. Картина-образ не может передавать истину, а значит, ссылка журналистов на главный этический принцип журналиста – передавать истину – неуместна. После скандала с публикациями художник дал для прессы пространные комментарии, и объяснил, что именно он критиковал своей карикатурой. Однако негодование мусульман было вызвано вовсе не комментариями, а картиной.

Критика – это установление истинности или ложности суждения на основе фактов и поиске ошибок в рассуждении. Она бывает только рациональной. Иные виды спора подлинной

2 Бриколаж (фр. bricoler – играть отскоком, рикошетом) – термин К. Леви-Строса. По его мнению, мифологическое мышление, будучи конкретным и непосредственно связанным с ощущениями, формирует понятия как бы ненароком, окольными путями, с помощью средств, специально для этого не предназначенных.

критикой не являются. Свобода слова выросла из рациональной критики, но, лишившись своего рационального стержня, она выродилась в мифологическое и магическое слово-действие. В этом смысле карикатура ничем не отличается от заговоров, колдовских заклинаний или вызывания мертвых. В традиционном обществе за неправильное использование колдовства наказывали, поскольку считалось, что такие символические действия несут с собой реальную опасность. В газете была напечатана карикатура, которую авторы считают критикой. Носители иррационально ориентированной мусульманской культуры воспринимали ее как враждебное магическое сообщение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Brinch J. "The Cartoonist: The reason for the bomb in the turban"// Jyllands-Posten, February, 28, 2006.

2. Collignon P. The editor's dilemma// Jyllands-Posten, February, 5, 2006.

3. Hansen J. "The editor and the 12 cartoons"// Jyllands-Posten, December, 18, 2005.

4. "Islam: les caricatures de la discorde"//Le Monde, 3 février 2006.

5. Juste C. "Honourable Fellow Citizens of the Muslim World"// Jyllands-Posten, February, 8, 2006.

6. Городские вести, Волгоград, 13.02.2006.

7. Гусев Д. Уши машут ослом / О. Матвейчев, Р. Хазеев, С. Чернаков // Современное социальное программирование — М., 2002 — С.130.

8. Кассирер Э. Техника современных политических мифов / Э. Кассирер// Вестник Московского университета, сер. 7, философия. — 1990. — № 2 — С. 62.

9. Маркс К. и Энгельс Ф., Сочинения, т. I, стр. 403.

10. Романов В.Н. Историческое развитие культуры. Психолого-типологический аспект / В.Н. Романов — М., 2003.

11. Якобсон Р. Лингвистика и поэзия / Р. Якобсон //Структурализм: «за» и «против» — М. Прогресс, 1975 — С. 193-230.

Рецензент –В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 14.08.2007.

АЛГОРИТМИКА ЧИТАТЕЛЬСКИХ ДЕЙСТВИЙ ПРИ ВОСПРИЯТИИ ЖУРНАЛА

© 2007 С.Л. Васильев

Кубанский государственный университет

Обложка журнала состоит из четырёх страниц. Но это не означает, что её восприятие является целостным и последовательным (1 → 2 → 3 → 4). Безусловным приоритетом, с точки зрения восприятия, обладает первая страница обложки. С неё начинается процесс восприятия журнала (иногда ею и заканчивается, например, когда потенциальный читатель смотрит на эту обложку через стекло киоска, торгующего прессой).

Возможен такой алгоритм, точнее, его начало, когда вслед за первой страницей обложки журнала рассматривается его четвёртая страница. Человеку вообще свойственно рассматривать попавший к нему в руки предмет с разных сторон, тем более предмет изучаемый, исследуемый, несущий в себе информацию, каковым является журнал.

Определённая категория читателей практикует иную последовательность: вслед за первой страницей обложки рассматривает вторую по пути к указателю содержания. Такой алгоритм наиболее вероятен, если указатель содержания находится на первой странице журнальной тетради. Ещё более вероятна данная последовательность восприятия обложки, когда её вторая страница выступает логическим и функциональным продолжением первой страницы. Например, в журнале «Знание – сила» первая страница обложки несёт один анонс (без указания номера страницы, на которой начинается анонсируемый материал), а вторая страница обложки – четыре анонса с цветными фотографиями.

С точки зрения алгоритмики восприятия, в самом афункциональном положении находится третья страница обложки. Если она занята рекламой, что в массовых изданиях случается чаще всего, то она оказывается последней в процессе восприятия журнала, ибо просматривается после того, как перевёрнута последняя страница журнальной тетради. Однако, в том случае, когда третья страница обложки занят0нтересной информацией, она может восприниматься вслед за первой страницей. Вполне убедительным примером служит всё тот же журнал «Знание – сила», публикующий на третьей странице обложки популярную и читаемую рубрику «Мозаика» (начинается эта рубрика на последней странице журнальной тетради). Добавим, что четвёртая страница обложки указанного издания также используется весьма продуктивно, а именно работает в составе аппарата ориентирования читателя. На ней под рубрикой «Читайте в ближайших номерах» или «Об этом в следующем номере» анонсируется один значимый материал.

«Знание – сила» принадлежит к немногочисленному ряду журнальных изданий, обложка которых воспринимается последовательно и целостно. И это полное восприятие обложки предшествует восприятию содержания журнальной тетради, а значит, и указателя содержания.

В большинстве же случаев восприятие обложки является разъединённым и непоследовательным. Это означает, во-первых, что восприятие обложки прерывается восприятием определённых публикаций или разделов, во-вторых, что очерёдность восприятия второй, третьей и четвёртой страниц обложки может быть разной.

Как мы полагаем, алгоритмика восприятия журнальной обложки прежде всего зависит от следующих факторов:

- Содержание каждой из страниц обложки;
- Функциональная и логическая связь страниц обложки между собой;
- Связь содержания каждой из страниц обложки с содержанием выпуска;
- Иерархия интересов читателя, определившая привычный алгоритм восприятия данного издания.

Если говорить об алгоритмике восприятия только первой страницы обложки журнала, то многое здесь определяется тем, сколько уровней графической иерархии представлено в данном пространстве. Этим обусловлено количество ступеней восприятия тех графических элементов и их комбинаций, которые располагаются на первой

странице обложки и несут читателю ту или иную информацию.

«Экспериментальные исследования зрительного восприятия подтвердили мнение об операционной структуре восприятия и позволили выделить несколько этапов этого процесса: обнаружение, различение, идентификацию, декодирование, каждый из которых может быть самостоятельной задачей, представляющей цель информационного поиска» [6, 13]. Опыты, проведённые в группах читателей показывают, что прежде всего осуществляются идентификация издания и подтверждение идентификации путём зрительной фиксации титула (логотипа). Затем глаза переключаются на рассматривание изображений (вначале самого крупного, затем более мелких). Изображения, чаще всего фотографии, являются составными частями анонсов. Поэтому вслед за картинками очередь доходит до шрифтовых (вербальных) компонентов анонсов. Шрифтовая составляющая анонса обложки может иметь один, два, а то и три элемента, и соответственно столько же уровней восприятия.

Рассмотрим несколько конкретных примеров. Перед нами первая страница обложки журнала «National Geographic» (март 2005). На первом графическом уровне находится логотип журнала, обладающий достаточной сигнальностью (прописные знаки, в две строки выворотной), но не подавляющий остальные элементы. На втором графическом уровне (а следовательно, и втором уровне восприятия) находится крупная фотография, безусловно, постановочного характера – младенец, лежащий в кольце удава. На третьем уровне – вербальная составляющая анонса («Сознание и мозг»). На четвёртом уровне графической иерархии мы находим два анонса, расположенные ниже основного анонса и напечатанные шрифтом более мелкого кегля.

Первая страница обложки «National Geographic» не перегружена ориентирующими элементами, имеет чёткую и хорошо понятную читателю графическую иерархию, что обусловливает практически единый для всех читателей алгоритм восприятия.

Процесс восприятия первой страницы обложки «Огонька» (№37, 2006) также можно разделить на четыре ступени. В верхнем левом углу располагается компактный, но весьма сигнальный логотип, оформленный выворотной на насыщенном красном фоне. Однако в глаза прежде всего бросается крупное фото актрисы Татьяны Догилевой – изобразительная составляющая основного анонса. На третьей ступени восприятия оказываются три элемента шрифтовой составляющей основного анонса – заголовок, подзаголовок и номер страницы. Наконец, на четвёртой ступени читатель знакомится с содержанием нижнего горизонтального анонсового блока, включающего три сообщения, каждое из которых состоит из трёх элементов – заголовка, подзаголовка и номера страницы.

Анализируя другие обложки иллюстрированных журналов, приходим к выводу, что далеко не всегда первым зрительно фиксируется логотип. Нередко зрительное внимание в первую очередь привлекает яркая выразительная фотография, особенно в тех случаях, когда она представляет собой крупный план известной персоны.

Среди «толстых» журналов (художественно-публицистических, литературно-художественных) обратим внимание на композицию первой страницы обложки «Иностранной литературы» и выявим наиболее вероятный алгоритм её восприятия.

Композиция включает пять информационно значимых для читателя элементов: четыре вербальных и один изобразительный. Уровни графической иерархии очень близки друг к другу. Нет сверхкрупных кеглей, нет сильных графических акцентов и, соответственно, графических и размерных контрастов, которые создавали бы чётко выраженную иерархию с более значительным разделением уровней. Наиболее сигнальным элементом выступает сообщение о номере журнала и годе издания: [7] 2006. Это сообщение дано выворотной. Далее наше зрительное внимание переключается на изображение – репродукцию фрагмента картины бельгийского художника Уильяма Дегува де Ненка «Ангелы ночи», написанной в 1894 году. Приглушённые тёмные тона не позволяют говорить о сколько-нибудь значительной сигнальности этой иллюстрации, хотя она и занимает всю первую страницу обложки «ИЛ». Вербальные компоненты напечатаны выворотной в пространстве иллюстрации.

На третьей ступени восприятия мы в течение доли секунды фиксируем логотип, обладающий весьма умеренной сигнальностью. Затем опускаем взгляд в нижнюю часть страницы, где располагается блок анонсов, набранных в подбор (четвёртая ступень). Это отнюдь не способствует удобочитаемости данного блока. Анонсы необходимо отграничивать друг от друга, разделять их пространственно более эффективным способом, нежели диагональная дробь.

В упомянутом выше блоке анонсы сливаются друг с другом, что затрудняет их восприятие. Ряд постоянных читателей, опрошенных автором этих строк, заявили, что вообще крайне редко читают блок анонсов на первой странице обложки «ИЛ», предпочитая получать информацию о содержании выпуска из указателя содержания, расположенного на первой странице.

После анонсового блока в поле зрение читателя попадает малозаметная строчка «Основан в 1891 году», набранная мелким кеглем. Это последняя пятая ступень в данном алгоритме. Не исключено, что для каких-то читателей он может быть несколько иным в силу того, что уровни графической иерархии близки друг к другу. Однако её первый уровень заявлен чётко и вполне обоснованно, так как сообщение о текущем номере журнала имеет для читателей существенное значение.

Отсутствие чёткой графической иерархии в композиции первой страницы журнальной обложки говорит о том, что конструкторы издания не стремятся обеспечить единый и неотвратимый алгоритм её восприятия подавляющим числом читателей. В данном случае алгоритмика восприятия обусловливается в первую очередь особенностями личности читателя его привычками, предпочтениями, кругом интересов, то есть исключительно субъективными факторами. В этом есть свой плюс, особенно если речь идёт о постоянных читателях. Плюс этот – в свободе восприятия.

АЛГОРИТМИКА ВОСПРИЯТИЯ ЖУРНАЛЬНОГО УКАЗАТЕЛЯ СОДЕРЖАНИЯ

Конструкция указателя содержания (УС), степень его развитости, занимаемое им пространство, прежде всего, зависят от типа журнала, теоретических и практических воззрений его конструкторов, от объёма издания и его структуры. На алгоритмику восприятия указателя содержания оказывают воздействие следующие факторы:

• степень структурированности (количество блоков или отделений, из которых УС состоит);

• количество уровней иерархии в УС и степень различия этих уровней (не всегда количество уровней иерархии соответствует количеству блоков: есть указатели содержания, в которых два разных блока могут стоять на одном уровне иерархии)

• степень иллюстрированности УС (она определяется количеством иллюстраций, их размером, типом, качеством, разнообразием и тем, какую часть общего пространства УС занимает изобразительный материал).

Для того, чтобы выявить некоторые алгоритмические модели восприятия указателя содержания, обратимся к конкретным примерам. Остановим наше внимание на еженедельном журнале «Огонёк», который в течение многих десятилетий являлся единственным массовым многотемным еженедельным иллюстрированным журналом в нашей стране. Этот выбор не случаен ещё и потому, что был период, когда в конструкции «Огонька вообще отсутствовал указатель публикаций (80-е годы прошлого века). По нашему мнению, объяснить это можно тем, что журнал имел небольшой объём, обладал чрезвычайно высокой степенью иллюстрированности, был необычайно популярен. Все эти качества делали вполне естественным алгоритм восприятия, сводящийся к последовательному сканированию всего пространства журнала, то есть перелистыванию от начала к концу или от конца к началу. Таким способом определялся круг чтения в рамках данного выпуска. Подобный алгоритм возможен и сегодня, причём, для любых типов журналов, обладающих самыми эффективными и чётко структурированными указателями содержания. В условиях, когда есть время и нет более важных дел (салон самолёта, купе поезда, шезлонг на пляже, тюремная камера), читатель, вполне возможно, выберет алгоритм восприятия журнального выпуска, исключающий сканирование и чтение указателя содержания. С другой стороны, читатель, в той или иной мере ограниченный во времени, а также нацеленный на строго очерченный круг чтения (не читать ничего лишнего и ненужного), вероятнее всего, прибегнет к указателю содержания.

Сегодняшний «Огонёк» располагает лаконичным, иерархически структурированным указателем содержания и предлагает его читателю на первой странице журнальной тетради. Таким образом, путь от первой страницы обложки, несущей анонсы, к указателю содержания является предельно коротким. Вторая страница обложки в современном иллюстрированном массовом журнале, как правило, занята рекламой. В выпуске «Огонька», который мы избрали для анализа (№ 13, 2006), вторая страница обложки отведена под нужды собственной подписной кампании (подписной купон, информация для подписчиков).

С точки зрения ориентирования читателя в содержании выпуска, очень важным является взаимодействие указателя содержания с первой страницей обложки, где в чётко заданной иерархии располагаются анонсы начальной ступени ориентирования. Возможен и такой подход, при котором комбинацию анонсов на первой странице журнальной обложки можно рассматривать как выдвинутую на передовые позиции часть указателя содержания. Тем не менее, в нашей работе мы рассматриваем эту комбинацию анонсов как самостоятельное звено аппарата ориентирования читателя и как начальную ступень ориентирования читателя в содержании выпуска. Анализ процесса восприятия журнала показывает, что анонсы обложки влияют на восприятие указателя содержания. В свою очередь УС поддерживает работу этих анонсов.

Указатель содержания «Огонька» занимает

одну полную страницу, состоит из двух вертикальных блоков, имеет три уровня иерархии. Правый блок делится на две части. В верхней части представлена главная тема номера: фотография + рубрика + номер страницы + анонс. В нижней части по такой же схеме представлены ещё три публикации. По площади оба отделения правого блока практически равны.

Итак, правый вертикальный блок содержит два уровня иерархии. Двигаясь сверху вниз, изучаем его содержание. На третий уровень иерархии мы переходим, обращаясь к левому вертикальному блоку. Он однороден по оформлению и, отражая структуру журнала, содержит две ступени рубрикации. Первая ступень представлена пятью рубриками: «Неделя», «Россия и мир», «Общество», «Культура», «После всего». Существенной особенностью указателя содержания «Огонька» является то, что публикации, представленные в акцентном (анонсовом) правом блоке, не дублируются в левом. Они из него исключены. В большинстве журнальных указателей содержания такое дублирование имеет место. Таким образом, мы можем говорить о двух подходах к построению указателя содержания. Первый исключает дублирование ориентирующей информации, второй допускает такое дублирование, то есть предполагает двойное представление одной публикации в указателе содержания (безусловно, на двух уровнях иерархии). С нашей точки зрения, более обоснованным является первый подход, так как трудно увидеть логику в повторном представлении публикации на более низком уровне, то есть в более слабом графическом, а следовательно, менее сигнальном варианте.

Алгоритмика восприятия левого блока, по нашему мнению, может быть как последовательной и полной, так и избирательной. Одна категория читателей просмотрит содержание всех пяти основных рубрик. Другая категория читателей, изучив содержание первой рубрики «Неделя», включающей пять подрубрик (рубрик второй ступени), пропустит рубрику «Россия и мир» и перейдёт к чтению рубрики «Общество», после чего сразу отправится на внутренние страницы к избранной для первоочередного чтения публикации. Третья категория начнёт чтение левого блока именно с рубрики «Россия и мир», а четвёртая – с рубрики «Культура».

Последовательность чтения указателя содержания определяется иерархией интересов читателя, сложившейся на данный момент в его сознании. Этим же обстоятельством определяется степень избирательности чтения указателя содержания. По нашим наблюдениям, полное чтение указателя публикаций практикуется незначительной частью читательской аудитории.

Можно сделать вывод, что конструкторы «Огонька» заставляют большинство читателей просматривать и читать в полном объёме правый акцентный блок, причём сверху вниз. В восприятии же левого блока степень управляемости читательским вниманием ослабевает. Возникают разные варианты алгоритмических продолжений, диктуемые установками конкретных читателей на поиск определённых тем или авторов.

Как же взаимодействуют с УС анонсы обложки? Всего их четыре. Первый, основной анонс, занимает девять десятых площади первой страницы обложки. Он, как это ни парадоксально, связан не с правым акцентным, а с левым общим блоком указателя содержания. Причём связующим звеном является только номер страницы.

Анонс обложки: фото + заголовок («Проходной бал») + подзаголовок («Родня украинских политиков танцевала и пела. Кого выбрали зрители?) + номер страницы (стр. 16).

Позиция в левом блоке указателя содержания: рубрика («Россия и мир») + номер страницы (16) + подрубрика («Выборы») + подзаголовок («Как жёны, мужья и дети помогали политическим лидерам Украины пробиваться в парламент» – идентичен околотекстовому заголовку).

Второй уровень иерархии анонсов обложки «Огонька» представлен узким горизонтальным блоком внизу. Блок включает в себя три анонса. Два из них связаны с правым акцентным блоком указателя содержания, один – с левым общим блоком. Заголовочные элементы не дублируются. Из этого следует, что конструкторы «Огонька» выстраивают аппарат ориентирования по принципу максимальной информативности, хотя и ослабляют связующие звенья в его ориентирующих цепочках.

Читатели, идущие от анонсов обложки к указателю содержания, находят в нём дополнительную информацию о содержании публикации. Не исключено, что именно эта информация, содержащаяся в новых по смыслу вербальных ориентирах, заставит читателя обратиться к тексту на внутренних страницах. В подтверждение этого суждения приведём пример.

Анонс обложки из нижнего горизонтального блока: заголовок (Гафт, Табаков и другие) + подзаголовок («Шутки нашего «Современника») + номер страницы (стр. 66).

Позиция в указателе содержания: рубрика («Культура») + номер страницы (66) + подрубрика («Культ») + заголовок («Как Райхельгауз критиковал Волчек»).

Мы видим, что к двум известным фамилиям (Гафт, Табаков), фигурирующим в анонсе обложки, добавляются ещё две (Райхельгауз, Волчек) и, кроме того, довольно значимый для читателя глагол «критиковал».

Задача анонсов обложки и указателя содержания – отправить читателя на ту страницу, где начинается публикация и располагается околотекстовый заголовочный комплекс. Если эта задача выполнена, то читателя «Огонька» рядом с текстом ждут новые, содержащие дополнительную информацию изобразительные и вербальные ориентиры. Они призваны окончательно склонить читателя к «погружению» в текст.

Принцип неадекватности ориентирующих сообщений на обложке, в указателе содержания и в околотекстовом заголовочном комплексе (ОЗК) следует считать эффективным потому, что большинство читателей проходят все три ступени восприятия, хотя и в разной алгоритмике.

Поэтому наращивание новой ориентирующей информации (в данном случае информации о содержании публикуемых текстов), а не её дублирование является более продуктивным, ибо позволяет дать читателю максимально полное и точное представление о содержании номера и его отдельных материалов.

Особого внимания заслуживает вопрос о распределении информационной нагрузки между ориентирами обложки, указателя содержания и околотекстового заголовочного комплекса. В самом общем плане возможны следующие объективные варианты:

- Равномерное распределение ориентирующей информации между обложкой, УС и ОЗК: + + ;
- Распределение по нарастающей: + + ;
- Распределение по убывающей: + + .
- Волнообразное распределение ориентирующей информации: + + , + + , + + .

В современной журнальной периодике доминирует вариант, когда большая часть ориентирующей информации сосредоточивается рядом с текстом публикации. Но для тех читателей, которые весьма избирательно воспринимают журнал, более эффективным может оказаться вариант, предполагающий предельно развитый, информативный, иллюстрированный указатель содержания при относительно лаконичных околотекстовых ориентирующих комбинациях. Это означает, что в рамках данного номера журнала читатель определит круг чтения, прежде всего, при помощи указателя содержания. Подобная алгоритмика восприятия журнального выпуска может исключать последовательное сканирование всего пространства журнала (перелистывание от первой до последней страницы), при котором неизбежно воспринимаются все околотекстовые ориентирущие комбинации (заголовочные комплексы вкупе с иллюстративным материалом).

Кроме выстроенного конструкторами журнала объективного взаимодействия между анонсами обложки, указателем содержания и околотекстовыми ориентирующими комбинациями, нам следует иметь в виду субъективные установки и предпочтения, имеющиеся у каждого читателя, ибо они существенно влияют на индивидуальный алгоритм следования по обозначенной нами ориентирующей цепочке. Суть в том, что объективно существующее распределение ориентирующей информации между обложкой, указателем содержания и околотекстовыми ориентирами может мало что значить для отдельно взятого читателя. Он вполне способен полностью или в неизвестной нам мере проигнорировать любое звено ориентирующей цепочки, будь то обложка, указатель содержания или околотекстовый заголовочный комплекс с иллюстрациями или без них. С точки зрения субъективного читательского восприятия можно говорить о таких вариантах:

- приоритет обложки;
- приоритет указателя содержания;
- приоритет околотекстовой ориентирующей комбинации.

Если читатель отдаёт приоритет ориентирам обложки (анонсам), значит он не только начинает с них восприятие выпуска, но и уделяет минимальное внимание указателю содержания или вообще им не пользуется, а также не перелистывает журнал, чтобы просмотреть околотекстовые ориентирующие комплексы, либо делает это вскользь, особенно не вникая в содержание заголовочных элементов. Таких читателей, вероятнее всего, не очень много. Нацелены они на чтение лишь тех публикаций, которые редакция журнала максимально акцентирует посредством анонсов обложки. Подобный вариант реализуется также тогда, когда чтение журнала происходит в особых ситуациях, связанных с ограничением во времени, например с ожиданием (в приёмной, у кабинета врача, на перроне вокзала и т.п.)

Читатели, отдающие приоритет указателю содержания (даже в тех случаях, когда УС не обладает высокой степенью информативности), нацелены на более глубокое и широкое знакомство с содержанием номера. Такие читатели бегло просматривают обложку, не перелистывают выпуск постранично и целиком, но внимательно изучают указатель содержания и оттуда отправляются к избранным публикациям.

Читатели, отдающие приоритет околотекстовым ориентирующим комбинациям, не проходят мимо обложки, но и не делают на неё основную ориентирующую ставку, бегло просматривают указатель содержания или просто минуют его. Такие читатели перелистывает журнал от начала до конца, не пропуская ни одной страницы и полагаясь на ту ориентирующую информацию, которая заложена в пространстве публикации.

Это самые обстоятельные читатели, нацеленные на максимально полное изучение содержания журнального выпуска.

Конечно, установка на тот или иной приоритет во многом определяется тем, как распределена ориентирующая информация между обложкой, указателем содержания и околотекстовым пространством. Скажем, если на обложке один анонс, то очень немногие читатели отдадут ей ориентирующий приоритет. То же можно сказать и о крайне лаконичном и неполном указателе содержания. Околотекстовая ориентирующая информация, представленная одним лишь заголовком или парой «рубрика – заголовок», также не сможет стать для читателя надёжной основой для определения круга чтения.

Если конструкторы журнала организуют указатель содержания на двух страницах разных разворотов (например, 1+3, 3+4, 6+8), они получают возможность в большей степени управлять алгоритмикой читательского восприятия указателя содержания.

В журнале «Forbes» (№3, 2006) указатель содержания располагается на правой странице 7 и левой странице 8 (первые шесть страниц отданы рекламе). Его невозможно воспринимать одномоментно в общем поле зрения. Указатель содержания имеет пять уровней иерархии. Первый и второй обозначены на странице 7, мимо которой вряд ли пройдёт кто-либо из читателей. Здесь представлены четыре публикации, причём первой та, что уже проанонсирована на обложке (главный анонс). Одна крупная фотография (директор «Норильского никеля» Михаил Прохоров) однозначно определяет первый уровень иерархии в данном указателе содержания. На втором уровне здесь остаются три позиции УС, состав каждой из которых таков: номер страницы + заголовок + подзаголовок.

На странице 8, куда читатель переходит, перевернув страницу 7, выстроены три уровня иерархии. В акцентном блоке, занимающем верхнюю часть полосы, представлены две публикации (состав позиции: иллюстрация + номер страницы + выдержка из основного текста). Эти же публикации плюс все остальные представлены в основном (общем) блоке указателя содержания, занимающем нижнюю часть страницы 8. Он делится на одиннадцать ячеек, озаглавленных рубриками первой ступени (рубрики второй ступени в УС отсутствуют, они включены в околотекстовые заголовочные комплексы). Состав позиции, представляющей публикацию: рубрика + номер страницы + заголовок + подзаголовок.

Общий блок – это четвёртый уровень иерархии и, соответственно, четвёртый этап в алгоритме восприятия данного указателя содержания. На последнем пятом уровне иерархии находится отдельно выставленный рубрикатор, включающий шесть небольших постоянных рубрик («Слово редактора», «Письма читателей», «Особое мнение» и другие). И хотя этот миниатюрный блок располагается перед началом общего блока, он обладает весьма низкой сигнальностью и замечается читателем в последнюю очередь.

Итак, указатель содержания «Forbes», выстроенный на пяти уровнях иерархии и в двух отдельно воспринимаемых пространствах, является примером того, что конструкторы журнала могут достаточно уверенно управлять алгоритмикой восприятия указателя содержания, а говоря ещё определённее, навязывать читателю единый алгоритм его восприятия.

На алгоритмику восприятия указателя содержания, безусловно, влияет степень его иллюстрированности. Сначала читатель просматривает картинки, затем читает текст (шрифт). По принципу абсолютного доминирования иллюстрации выстроен указатель содержания в журнале «Стиль Авто», издающемся в Екатеринбурге. Указатель содержания занимает разворот 2-3 и состоит из рубрик-ячеек, основное пространство которых занимают фотографии. По существу, это фотографический указатель содержания, и с функциональной точки зрения, он вполне естественен для автомобильного журнала. Ячейка УС организована следующим образом: рубрика + фотография + номер страницы (крупно) + заголовок (воспринимается как подпись к снимку, поскольку набран строчными знаками кегля 12).

При восприятии максимально иллюстрированного указателя содержания, расположенного в едином пространстве, глаза читателя в буквальном смысле слова разбегаются ввиду обилия картинок. Поэтому алгоритм восприятия такого указателя содержания может оказаться весьма непредсказуемым и хаотичным, особенно тогда, когда не предусмотрено иерархическое структурирование. Поэтому многие издания, практикующие высокую степень иллюстрированности указателя содержания, разделяют его пространство на несколько частей, воспринимаемых раздельно, и выстраивают два-три уровня иерархии в каждой из них, а по меньшей мере - в одной. Нередко уровень иерархии определяется размером снимков. Примером такой конструкции является указатель содержания в ежемесячном журнале «Вокруг Света». Он располагается на трёх левых страницах (2, 4, 6) и предусматривает на каждой из них два или три уровня иерархии. Это позволяет читателю более последовательно воспринимать указатель содержания, хотя единой алгоритмики здесь всё равно быть не может, потому что перво-

очередное внимание разных читателей будет привлечено к разным иллюстрациям.

АЛГОРИТМИКА ВОСПРИЯТИЯ ЖУРНАЛЬНОЙ ПУБЛИКАЦИИ

Рассмотрим алгоритмику восприятия читателем журнальной публикации. К материалу на внутренних страницах читатель может обратиться, прочитав анонс на первой странице обложки журнала (значительно реже анонсы располагаются на других страницах обложки), в указателе содержания или в начале тематического раздела, если журнал последовательно сканируется (перелистывается с беглым просмотром каждой страницы). Возможны и другие алгоритмы, ведущие читателя к определённой публикации. О них мы уже говорили.

В отличие от газетных материалов большинство журнальных публикаций занимают не часть страницы, и даже не одну полную страницу (хотя оба варианта имеет место в журналах разных типов), а несколько страниц.

Как правило, даже крупная – полосная или разворотная – газетная публикация в процессе её непосредственного восприятия целиком находится в поле зрения читателя (исключение составляют тексты, перенесённые с первой полосы на внутреннюю, или публикуемые с продолжением в нескольких номерах).

«Под зрительным полем понимается все видимое в данный момент и простирающееся во всех направлениях настолько далеко, насколько это можно увидеть» [4, 1,180]. Однако не все, что находится в поле зрения в какой-либо момент, удостоивается равного внимания зрительной системы человека. «Следует обратить внимание на новейшие результаты электроэнцефалографии, которые подтверждают гипотезу развертки поля зрения, осуществляемой в мозгу, и на установление факта, что если рассеянное поле зрения очень велико, то рабочее поле зрения, на котором концентрируется наше внимание, весьма ограничено» [3, 106].

Значительный по объёму журнальный материал попадает в поле зрения читателя частями, границы которых являются границами страницы или разворота. Из этого обстоятельства вытекают некоторые особенности алгоритмики восприятия журнальной публикации (ещё раз повторим, что многое зависит и от типа издания). На каждой вновь открываемой странице перед читателем может возникать новая композиция с особым сочетанием и расположением изобразительных и наборных компонентов.

Однако есть журналы, стремящиеся укладывать большинство публикаций в пространство страницы или разворота. К таковым, например, относится ежемесячный журнал «За рулём». Почти все материалы в нём занимают один разворот. Это объясняется тем, что восприятие публикации в едином, одномоментно обозримом пространстве более удобно и эффективно, нежели восприятие с перелистыванием страницы.

Рассмотрим несколько примеров. На обложке еженедельного журнала «Business Week Россия» (№1 0, 2006) замечаем подтитульный анонс «Какими будут СМИ будущего? (с. 30)». Поскольку тема входит в круг наших основных интересов, сразу следуем на страницу 30, минуя указатель содержания – общее знакомство с содержанием выпуска состоится позже.

Публикация начинается на левой странице разворота и переходит на правую. Заметим, что вариант, при котором журнальная публикация начинается на правой нечётной странице, тогда как на левой чётной заканчивается предыдущая, менее предпочтителен с точки зрения восприятия, ибо разрушается композиционное единство разворота. Кроме того, в пространстве разворота можно более эффективно развернуть околотекстовый ориентирующий комплекс, включающий как изобразительные, так и заголовочные элементы.

В данном примере, однако, околотекстовый ориентирующий комплекс не выходит за пределы тридцатой страницы, если не считать внутритекстовых подзаголовков. Он состоит из коллажа, занимающего верхнюю половину полосы, рубрики «Медиа. Технологии», заголовка «Информация Next» (заголовок не повторяет анонса на обложке), подзаголовка «Когда статьи будут загружать на супертонкий экран, лежащий в вашем кармане, а новости транслировать на сетчатку глаза, что станет с привычными СМИ?», авторской подписи «Артём Горбачёв, Денис Рябоконов, Яна Юрова». В нашем случае последовательность восприятия была следующей: Илл → З → Илл → Р → Пз → АП. Далее взгляд перемещается на соседнюю страницу 31. Здесь в первую очередь привлекает внимание текстографический блок (текст-спутник, автономный вспомогательный текст) под заголовком «Плохие пророки», включающий три цитаты и три статистических сообщения. «Текстографические блоки (выноски, врезки, цитаты и пр.) – краткие кусочки текста, которые размещаются в теле материала или примыкают непосредственно к нему. Они могут содержать в себе яркие цитаты, отдельные факты, иллюстрирующие суть материала, давать контекстуальную информацию, которая иначе перегрузила бы текст. ТБ специальным образом отделяются и оформляются, могут включать в себя фото, графику, иметь собственный заголовок или лого» [5, 12].

Мы полагаем, что «выноски», в том числе цитатные, не следует относить к текстографическим блокам. Выноска – это фрагмент основного текста, акцентированный тем или иным графическим способом. По своей функциональной сути она, будучи выдержкой из текста, всё же является заголовочным элементом, ибо прочитывается раньше, чем основной текст. Текст выноски читается дважды – второй раз внутри основного текста. И в этом её принципиальное отличие от текстографического блока, состоящего, как правило, из нескольких сообщений, не дублируемых в основном тексте публикации. Вернёмся к анализу алгоритмики восприятия избранного материала. Очередное наше действие заключается в чтении текстографического блока. Далее переключаем внимание на внутритекстовые подзаголовки этого разворота и читаем их. Затем, не приступая к чтению основного текста, переворачиваем страницу и сканируем разворот 32-33. Вначале обращаем внимание на фотографию супертелефона «Nokia» с встроенным телевизионным приёмником, читаем подпись к этой фотографии. Заинтересовавшись содержанием подписи к снимку («Смотреть телевизор можно будет не только дома»), находим рядом внутритекстовый подзаголовок «Готовьте деньги» и начинаем читать относящуюся к нему часть основного текста. Прочитав несколько абзацев, в которых речь идет о телевизионном вещании на мобильные устройства, и уловив суть новации, останавливаемся. Далее наш взгляд смещается вниз. В узком подвале всего разворота расположен текстографический блок, представленный заголовком «Линия времени» (подзаголовок «Эволюция СМИ от первых печатных листков до интерактивных медиа»). Блок содержит пятнадцать датированных сообщений, данных в хронологической последовательности и проиллюстрированных фоновым изображением и пиктограммами. Затем наш взгляд притягивает фотография на странице 33. Это иллюстрация к тексту-спутнику (ТС), помещённому в верхней половине полосы. Находим глазами его заголовок «Блоги вышли из берлоги». Текстом-спутником мы называем особым образом оформленный текст, посвящённый какой-либо подтеме основного, магистрального текста и входящий в общее пространство публикации. Текст-спутник обязательно обособляется от основного текста графически (например, используется фоновая подложка, свой наборный шрифт, собственный заголовок и иллюстративный материал). Другие возможные термины – вспомогательный текст или сопроводительный текст. Текстографический блок можно считать разновидностью текста-спутника, ибо у них единая основная задача. Задача информационного расширения основного текста. Но допустимо рассматривать текстографический блок (именно блок!) и как особую функциональную единицу в конструкции сложной (составной) публикации. При выборе второго терминологического значения придётся признать, что текстографический блок не может быть монотекстом. Он должен всегда состоять из нескольких лаконичных сообщений справочного, статистического, цитатного и тому подобного характера. И быть озаглавленным рубрикой, но не заголовком как таковым (единожды используемым заголовком). При соблюдении этих условий можно говорить о тексте-спутнике и текстографическом блоке как о самостоятельных по отношению друг к другу функциональных образованиях. От заголовка текста-спутника возвращаемся к текстографическому блоку «Линия времени» и читаем его. Затем переворачиваем лист. Оставшаяся часть публикации занимает всю страницу 34 и на ней заканчивается. Убеждаемся в этом, увидев в конце последней строки фирменный маркер окончания текста (МОТ), представляющий собой квадратик из красной и чёрной вертикальных половинок. После фокусировки на маркере наши глаза переводят активное поле зрения (центральная часть поля зрения, отображаемая на активной зоне сетчатки глаза, называемой фовеа) на соседнюю страницу, целиком занятую высокосигнальной рекламой компании «Мицубиси» (доминантой композиции являются два крупных чёрных японских иероглифа над красным полушарием). Возвращаемся на страницу 34, чтобы рассмотреть фотоиллюстрацию, на которой изображён гибкий дисплей. Находим и читаем подпись к иллюстрации. Далее читаем внутритекстовые заголовки этой полосы. Возвращаемся на страницу 30 и начинаем читать основной текст с начала. В процессе чтения неоднократно смещаем взгляд на иллюстрации. Делаем несколько коротких спонтанных перерывов, но в итоге дочитываем текст до конца. Мы довольно подробно отследили индивидуальный алгоритм восприятия конкретной журнальной публикации. Наши наблюдения подтверждают предположение, что перед обращением к основному тексту, читатель сканирует всё пространство публикации, перелистывая журнальные страницы. При этом в первую очередь рассматриваются иллюстрации. Возможен поиск и чтение какого-либо отрывка, связанного с заинтересовавшей иллюстрацией. Далее внимание читателя привлекают текстографические блоки, которые могут быть прочитаны до чтения основного текста. Хотелось бы отметить ещё один принципиальный момент, связанный с алгоритмикой читательского восприятия анонсированной журнальной публикации. Конструкторы журнала могут оста-

вить лишь одно связующее звено между анонсом и околотекстовым заголовочным комплексом, равно как и между сообщением в указателе содержания и ОЗК – номер страницы. Затруднений в поиске нужной публикации не возникнет, потому что других публикаций на указанной странице просто не будет. Заметим, что в рассмотренном примере ни анонс обложки, ни заголовок в указателе содержания, ни околотекстовый заголовок не совпадают. Вот заголовочная комбинация в указателе содержания: Р + №С + З + Пз (Медиа + 30 + Вечно свежая газета + Ближайшие 10-20 лет суть традиционных СМИ не изменится. Радикальным изменениям подвергнутся носители информации и способы её доставки). Мы видим, что между первой ступенью ориентирования – анонсом обложки и второй ступенью ориентирования – сообщением в указателе содержания единственным связующим звеном выступает номер страницы. А между второй ступенью и третьей ступенью – околотекстовым заголовочным комплексом связующим звеном кроме номера страницы является также рубрика «Медиа». Зато наиболее информативные заголовочные элементы – заголовок и подзаголовок – звучат по разному на всех трёх ступенях ориентирования, неся в себе новые смыслы. Рассмотрим следующий пример из журнала «Огонёк» (№ 13, 2006). Сканируем первую страницу обложки. Скользнув взглядом по главному анонсу, занимающему большую часть обложки, но не представляющему для нас какого-либо интереса, спускаемся в «подвал», где располагается горизонтальный блок анонсов (БА) из трёх сообщений. Читаем все. Выбираем одно: З – Фабрика тщеславия + Пз – Ордена и звания за деньги + № С – стр.22-29. Переворачиваем страницу обложки. На первой странице выпуска – указатель содержания. В его акцентном (анонсовом) отделении видим второй анонс, относящийся к интересующему нас материалу: довольно крупная для указателя содержания фотография ордена + № С – 22 + З – Фабрика тщеславия + Пз – Ордена, титулы, публикации в престижных журналах и энциклопедиях стали выгодным бизнесом (заголовок и подзаголовок объединены в единое шрифтовое целое, где между ними нет чёткой границы, и это становится причиной пусть и недолгой, но абсолютно ненужной зрительной остановки). Следуем на страницу 22, с трудом используя колонцифры. Они набраны слишком мелко. Расположены в нижних внешних углах страниц. Как тут не согласиться с Джеймсом Феличи: « Существуют стандартные элементы страницы, которые можно назвать средствами навигации. Они сообщают, в каком месте документа вы находитесь, как найти что-либо и куда следовать далее. Когда эти элементы оформлены неудачно, пользование книгой, особенно справочником или учебником (и журналом тоже – С.В.), становится невыносимо трудным» [7, 325].Первой в наше поле зрения попадает правая страница 23. Вначале глаза отмечают присутствие на этой странице основного связующего звена – заголовка «Фабрика тщеславия» (он проходит через все три ступени ориентирования). Далее взгляд опускается в нижнюю часть полосы, где скомпонован фотоблок из двух снимков: Иосиф Кобзон и Лариса Долина с орденскими лентами. Лишь после этого переходим на левую страницу разворота, целиком занятую фотографией (выступление танцевального коллектива). Над фотографией замечаем рубрику «Тема номера». Ищем подписи к снимкам. Находим их на странице 23 и читаем. Они даны блоком, снабжены стрелками-указателями. Возвращаемся в верхнюю часть полосы, к заголовочному комплексу. Читаем вводку, а заодно и авторскую подпись. Затем последовательно сканируем ещё три разворота, на которых продолжена публикация. В первую очередь рассматриваем фотографии, далее читаем подписи к ним, затем сканируем и читаем текстографические блоки (на каждой странице по одному, за исключением двадцать пятой, где к основному тексту подвёрстан текст-спутник – интервью с председателем Российской геральдической палаты). После этого читаем внутренние подзаголовки. На одном из них («Награды за деньги») останавливаем внимание. Читаем фрагмент основного текста, следующий за этим подзаголовком (очевидно, определённую ориентирующую роль сыграл подзаголовок анонса на обложке – «Ордена и звания за деньги», именно он первым привлёк наше внимание к данному материалу). Далее читаем фрагменты основного текста с подзаголовками «Что почём» и «Рыцари». Напоследок «пробегаем» (пропуская отдельные фрагменты) колонку с текстом-спутником на странице 25. Начальная часть основного текста (фрагменты с подзаголовками «Герои» и «Юбиляры») остаётся непрочитанной. Анализ индивидуального алгоритма восприятия данной публикации показывает, что основной текст, развёрстанный на нескольких разворотах и расчленённый достаточно информативными подзаголовками, может читаться непоследовательно (последовательно – значит от начала к окончанию и без пропусков) и частично, то есть, не полностью. Мы уже отмечали, что алгоритм восприятия объёмной журнальной публикации, включающей иллюстрационный материал и текстографические блоки, предполагает первоначальное сканирование всей публикации и только вслед за этим чтение текста (если оно вообще состоится). Переворачивая страницу, чита-

тель может натолкнуться на подзаголовок, выноску, иллюстрацию, которые его мгновенно заинтересуют и заставят читать часть основного текста, к которой относится один из указанных ориентирующих элементов (возможно, не один, а несколько). Поэтому алгоритмика восприятия той составляющей журнального материала, которую мы называем основным текстом, может быть весьма необычной, во всяком случае, непросто прогнозируемой. Ибо зависит она от многих факторов – не только объективных, но и субъективных. О них мы говорили выше.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – М., 1974. – 392 с.

2. Грегори Р.Л. Глаз и мозг. Психология зрительного восприятия / Р.Л. Грегори. – М., 1970. – 272 с.

3. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие / А. Моль. - М., 1966. – 352 с.

4. Рок И. Введение в зрительное восприятие / И. Рок. – М., 1980, т.1 – 312с., т. 2 – 280 с.

5. Сурнин Д. Внимательный дизайн. // Д. Сурнин. – КАК – 2005. - №2. – с. 10-13.

6. Трофимов Ю.Л., Антонов А.В. Психологические основы выбора средств предъявления информации / Ю.Л. Трофимов, А.В. Антонов. – Киев, 1975. – 52 с.

7. Феличи Дж. Типографика: шрифт, вёрстка, дизайн / Дж. Феличи. – СПб., 2004. – 496с.

Рецензент –В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 03.08.2007.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОДАЛЬНОГО ГЛАГОЛА *МОЧЬ* В РЕКЛАМНОМ МИФЕ

© 2007 Ю.В. Гапонова

Российский государственный университет им. И. Канта.

В лингвистических исследованиях последних десятилетий отмечается тенденция перехода от изучения общих закономерностей функционирования языка к материалу, предоставляемому языковедам «самой жизнью, со всей ее нерегулярностью и разнообразием» [8, 13]. Таким материалом, в частности, является рекламный текст.

Несмотря на постоянно возрастающий интерес исследователей к языку рекламы, данный феномен еще не получил в литературе предмета достаточного освещения, способного «пролить свет» на основные законы развития «нового функционального подстиля» [9, 4], однако уже представляет собой достаточно плодотворный пласт лингвистической почвы, позволяющий раскрывать отдельные изменения в структуре национального языка, происходящие под воздействием факторов социального характера.

По мнению исследователей, ни один рекламный продукт, созданный как средство коммуникации с аудиторией, не содержит в себе такой коммуникативной задачи, как детерминация поведения адресата, «но только задачи создания мотивации поведения весьма большого числа людей» [6, 20]. Таким образом, представляется возможным вести речь не о формировании новых типов поведения адресата, а об активизации типов поведения уже ему знакомых и присущих, при этом ассоциации, связанные с рекламируемыми товарами (продуктами), оказываются «более важными, нежели чем сами продукты» [16, 223].

Манипулируя общественным сознанием, реклама создает новую модель действительности – условную реальность, приближенную к идеалу, в которую затем переходит адресат сообщения и которую воспринимает как данность, а подчас и как неизбежность. В большей степени по своей природе реклама тяготеет к мифу – эффективному воздействующему средству, роль которого в бытии современного человека оказывается велика: «вопрос о мифах, создаваемых рекламным творчеством, с неизбежностью выводит рассуждение на сущность социальных мифов как таковых, на непреходящее вмешательство мифологии в нашу повседневность» [20, 75].

Мифы, регламентирующие поведение, передавались из поколения в поколение. Им отводилась важная социальная роль – определять, что необходимо делать сообществу, чтобы остаться в целости и сохранности, что можно делать и чего делать нельзя. Исполнителями подобной роли, как правило, «исторически были Вожак, Вождь, Власть» [22, 34]. На современном этапе такую роль принимает на себя реклама, которая диктует аудитории свои «правила», учитывая при этом прежде всего собственную выгоду.

Рекламный миф – спроецированная особым образом на ось мифологического информация о товаре, реализующая функцию воздействия на адресата сообщения с целью, предписанной рамками рекламной коммуникации, а также обладающая основными свойствами феномена мифа как необходимыми элементами эффективного воздействия на адресата. Миф обращается исключительно к коллективному опыту, не допуская рационализации восприятия информации, исключая эмпирическую проверку существующего факта и самостоятельно моделируя ситуации. Миф в рекламе, по нашему мнению, представляется наиболее эффективным приемом воздействия на адресата, и эффективность эта связана с формированием модели особой мифической реальности, в которой нуждается человек.

Отвечая требованиям рекламной коммуникации, миф содержит в себе огромный суггестивный потенциал, необходимый для эффективного воздействия на адресата. Целесообразность использования мифов в рекламе обусловлена, в частности, заранее заданной истинностью мифического: «переводя неосознанные мотивы (установки) в осознанные (цели), мы можем при помощи мифологического текста изменить настоящее посредством программирующего влияния оптимистичного будущего» [24]. Через вербальные ме-

ханизмы рекламной мифологизации в сознании адресата формируется позитивная эмоциональная база, вследствие чего возникает эффект полной лояльности к предмету рекламы.

Набор инструментов, которыми «оперирует» суггестия в рекламе, многообразен. Главным инструментом данного набора оказывается «один из «сценариев» развития ситуации во времени» [21, 6] – модальное значение возможности, занимающее приоритетное положение относительно других типов ситуативной (о других терминах см. [3, 20-22]) модальности.

Возможность в контексте сегодняшних дней приобретает все бо́льшую актуальность: зависимая от реалий повседневности, она репрезентирует такую степень свободы, осознание которой необходимо в современном обществе, стремящемся к отмене многих социальных, нравственных и иных правил, запретов, табу, к утверждению новой картины мироощущения, в которой важен рост уровня собственных возможностей для каждого члена общества.

Язык рекламы обнаруживает значительное преобладание модальных модификаторов положительно оцениваемой возможности над значениями, оценивающими возможность отрицательно либо передающими невозможность совершения каких-либо действий. Данный факт, по нашему мнению, обусловлен существованием феномена «рекламы от противного» [23, 38] – нежелательного элемента рекламной коммуникации.

Доминантой модального микрополя возможности в текстах рекламы, как и доминантой соответствующего модального микрополя современного русского литературного языка, является модификатор *мочь*, частотность употребления которого в нашем случае отмечается в 19,8 % случаев – от общего числа конструкций, содержащих модальное значение возможности.

Определяя ситуацию в плане потенциальности, семантика возможности основывается на том, что «осуществимость ожидаемой в будущем прямой субъектно-предикатной связи обусловливают обстоятельства, заключенные во внешнем, объективном мире или в самом субъекте предметной ситуации» [10, 14]. Такой факт указывает на необходимость дифференциации значений внешней и внутренней возможности (подробнее об этом см. в [19, 131–132]: [26, 198–200] и др.) при рассмотрении особенностей функционирования модальной лексики в рекламе.

Несмотря на обращение рекламы к внутреннему миру человека в первую очередь, что, вероятно, должно способствовать более эффективному влиянию на его сознание, соотношение значений внешней/внутренней возможности, отмечаемое в текстах рекламы, представлено как 46,5 % к 53,5% соответственно, что указывает на почти равнозначное функционирование данных типов модальных значений. Семантика внутренней и внешней возможности может отмечаться в рекламных текстах в «чистом» виде, ср.: *только талант **может** позволить делать то, что велит сердце* (Rolex // «Vogue», 2004, 2), *мир чистого звука. Только Sony **может** открыть Вам его секрет* (Sony // «Спорт-экспресс», 1998, 9(21)), ***может** доехать до дачи, но предпочитает ресторан* (Chevrolet // «Вокруг света», 2005, 6), *серьезная техника **может** быть удивительно тонкой и легкой* (Samsung // «Профиль», 2004, 38) и *...с новой плитой Indesit Вы **можете** приготовить что-нибудь особое для каждого* (Indesit // «Cosmopolitan», 1996, 5), *раскройте телефон...– и Вы **можете** фотографировать, снимать видео и отсылать мультимедийные сообщения* (Nokia // «Профиль», 2004, 38), *благодаря посудомоечной машине Indesit Вы **можете** уделять еще больше времени и внимания своим любимым* (Indesit // «Домашний очаг», 2005, 6), *Вы **можете** спать спокойно – работает Sikura* (автосигнализация – Ю.Г.) (Sikura // «За рулем», 1995, 12) и т. д.

Нередко модальные значения передают такие неотчетливые «оттенки» как внешних, так и внутренних предпосылок реализации потенциальной ситуации, при которых точно определить семантический тип возможности из-за свойственной рекламным текстам лаконичности оказывается задачей крайне трудной. Ср.: ***могу** себе позволить* (Sobranie Pinks // «Cosmopolitan», 2006, 4), *ты **можешь** себе это позволить* (пиво «Невское» // «Спорт-экспресс», 1998, 4(16)), *нам приятно, когда наши клиенты **могут** позволить себе жить современно* (строительная компания «Тройка диалог» // «Esquire», 2006, 5) и т. д. Очевидно, что в данных рекламных текстах содержится определенная связь семантического типа рассматриваемого модального значения с морфологическими характеристиками глагола *мочь* (с грамматической категорией лица), иначе говоря, обнаруживается «параллелизм между... содержательными и сочетательными характеристиками глагольных форм» [17, 568].

При выявлении типов возможности в некоторых случаях необходимо также учитывать свойства рекламируемых товаров.

Так, например, в первом сообщении следует иметь в виду, что предмет рекламы – сигареты Sobranie – имплицируют «статус», высокую степень значимости своего обладателя. Таким образом, с одной стороны, сочетание с формой глагола 1 лица *могу позволить* передает значение ‘иметь финансовые средства для того, чтобы «дать позволение... себе сделать что-либо» [БТС]’ и указывает на внешний характер об-

стоятельств, обусловливающих связь субъекта и признака.

С другой стороны, принимая во внимание названные свойства предмета рекламы, сообщение может быть определено как суждение адресата, при котором, руководствуясь внутренним восприятием себя и предмета рекламы, он способен к выполнению каких-либо действий. В этом случае обнаруживается дополнительный семантический «оттенок» возможности ‘быть достойным чего-либо, т. е. иметь некоторые внутренние предпосылки, детерминирующие реализацию указанной ситуации’. Однако наделение рекламируемого товара подобными характеристиками является строго субъективным, что вызывает необходимость ввести при выявлении дополнительных «оттенков» возможности помету «условно».

Следует также отметить особое построение данного рекламного текста, направленное на повышение эффективности воздействия на адресата. С первого взгляда адресантом и адресатом сообщения является одно и то же лицо, однако на самом деле при использовании такого приема «завуалирования» происходит неосознанное для истинного адресата рекламы «включение» в диктуемый рекламодателем сценарий. Так адресат сообщения попадает в «сети» очередного рекламного мифа с характерной системой неверифицируемых утверждений ‘я осознаю (я уверен), что могу себе это позволить’.

Рекламный текст, содержащий сочетание *можешь позволить*, в котором глагол мочь употреблен в форме 2-го лица, также представляется возможным определить как суждение, однако принадлежащее адресанту сообщения. Природа обстоятельств, задающих потенциальную ситуацию, в данном случае оказывается более «размытой», так как речь уже не может с такой же, как и в первом случае, долей вероятности идти о «статусе», диктуемом предметом рекламы. Тем не менее внешний фактор – наличие материальных средств для реализации предоставленной возможности, не является единственным.

При использовании в рекламном тексте конструкции с модальным глаголом *мочь* в форме 3 лица (*могут позволить*), сообщение приобретает характер утверждения, констатации факта, при которой наличие объективных – внешних – обстоятельств не ставится под сомнение ‘имея достаточные средства, они (клиенты. – *Ю.Г.*) могут позволить себе приобрести жилье, отвечающее требованиям понятия «современно»’, однако наличие внутренних характеристик ‘иметь желание и др.’ не исключается.

«Зарождение» и развитие семантического типа внутренней возможности нередко получает в рекламе предпосылки «извне». Так, например, приобретая внешнюю детерминацию, внутренняя возможность начинает смещаться, «сдвигаться» от изначальных координат в данной классификации. Ср.: *Вы **можете** стать идеальной женщиной* (Keranove // «Она», 2001, 2); *теперь прекрасно выглядеть **может** просто каждая женщина* (Oriflame // «Cosmopolitan», 2002, 9); *мы докажем: Вы **можете** выглядеть моложе* (Oil of Olaz // «Cosmopolitan», 1998, 9) и т.д. Указанная в данных примерах способность хорошо (молодо) выглядеть (в первом случае выраженная имплицитно возможность «выглядеть...» раскрывается только посредством предмета рекламы) детерминирована при помощи внешнего фактора – определенного косметического средства и, следовательно, не может рассматриваться как исключительно внутренняя возможность, репрезентированная адресатам рекламных сообщений. Ср. также: *мы верим, что **можем** дать каждому силу быть услышанным* (Ericsson // «Спорт-экспресс», 1998, 9(21)).

Выступая в роли детерминирующего фактора, предмет рекламы может содержать такие особые внутренние свойства, благодаря которым адресат сообщения наделяется «сверхвозможностью». Ср.: ***Я могу** невозможное. **Я могу** объять необъятное* (МегаФон // «Караван историй», 2004, 12) и т. д. «Необъятное» в других случаях для адресата рекламы здесь оказывается территорией покрытия названного мобильного оператора.

Помимо предмета рекламы его название или данные ему характеристики также могут выступать в роли детерминирующего фактора, не только направленного на реализацию потенциальной ситуации, но и определяющего семантический тип возможности. Ср.: *один момент **может** все изменить* (Eternity Moment // «Караван историй», 2004, 12) и т. д. *Момент* как отрезок времени, обладая указанной внутренней способностью, подменяется в рекламном тексте переведенной частью названия (англ. *moment* – ‘момент’), выявляя внешние объективные предпосылки изменений, связанные с появлением чего-либо нового, в данном случае нового для адресата аромата. Ср. также: *теперь Вы **можете** обладать чудом* (AVON // «Cosmopolitan», 2006, 11) и т. п.

Уникальная способность, «сверхвозможность», внутренний характер которой подтверждается семантикой лексемы «чудо», относящейся к категории субъективной модальности странного (подробнее см. в [4, 178-186]: [7]: [14] и др.), репрезентирует внешнюю возможность приобретения товара, наделенного адресантом рекламы эпитетом «чудо».

Особого внимания, по нашему мнению, при использовании в текстах рекламы модальных значений возможности заслуживают случаи употребления темпорального маркера, который

указывает на актуальность возможности, а также, независимо от основной семантики, привносит в характер возможности дополнительный внешний «оттенок». Ср.: *теперь абоненты Билайн* ***могут*** *принимать звонки... даже при нулевом балансе* (Билайн // «Домашний очаг», 2005, 6), *теперь вы* ***можете*** *звонить на 3 номера... со скидкой* (Билайн // «Караван историй», 2004, 12), *теперь Вы* ***можете*** *улыбаться, не боясь предательских морщин* (AVON // «Cosmopolitan», 2004, 11), *наконец Вы* ***можете*** *гарантировать безопасность Вашей машине* (Benxon // «За рулем», 1996, 10), *в течение льготного периода Вы* ***можете*** *пользоваться кредитом без процентов* (Visa // «Glamour», 2006, 7) и т. д.

Необходимо также отметить, что в случае, когда в сочетании с модальным модификатором употребляется темпоральный маркер, указывающий на узуальную природу возможности, каких-либо изменений в характере последней не происходит. Ср.: *мы всегда* ***можем*** *выбирать яхты, на которых покоряются моря* (Martell cognac // «подГрадусом», 2004, 12); *где бы Вы ни были, Вы всегда* ***можете*** *оперативно вести дела* (Excimer // «Компьютерра», 2003, 28) и т. д.

Модальное значение возможности представляет собой неотъемлемый элемент эффективно функционирующего рекламного мифа. Язык рекламы оказывается тем самым лингвистическим пластом, который удачно сочетает в себе и репрезентирует как речевые, так и социальные характеристики эпохи. При рассмотрении особенностей функционирования значений возможности в рекламе нам открывается перспектива проецирования потенциальной структуры основных общественных потребностей с выявлением их основных характеристик, а также определения сущности современного мифического, свойственного каждому из нас.

В данной статье нами был рассмотрен лишь один из фрагментов существующей картины функционирования значений ситуативной модальности в рекламе. Следует отметить, что поскольку эта картина находится в прямой зависимости от установок и факторов социального характера, рассмотрение ее можно считать процессом бесконечным, каждый раз представляющим взгляду лингвистов все новые «цвета» и «оттенки».

ЛИТЕРАТУРА

1. Анненкова И. В. Язык современных СМИ как система интерпретаций в контексте русской культуры / И. В. Анненкова // Язык современной публицистики / сост. Солганик Г. Я. – М., 2005. – С. 99-114.

2. Арутюнова Н. Д. Стратегия и тактика речевого поведения / Н. Д. Арутюнова // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – Киев, 1983. – С. 65-78.

3. Ваулина С. С. Языковая модальность как функционально-семантическая категория (диахронический аспект) / С. С. Ваулина. – Калининград, 1993. – 186 с.

4. Вольф Е.М. Оценка и «странность» как виды модальности / Е.М. Вольф. – М., 1981.

5. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама / Т. Э. Гринберг. – М., 2005.

6. Дзикевич С. А. Эстетика рекламы / С. А. Дзикевич. – М., 2004. – 214 с.

7. Захарова А.М. Модальность странного и ее воплощение в лирике А. Ахматовой: Автореф. дисс. канд. филол. наук / Захарова А. М. – Екатеринбург, 1996. – 21 с.

8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М., 2006. – 206 с.

9. Каратаева Л. В. Сопоставительный анализ рекламной лексики в текстах русской и немецкой прессы: Дисс.... канд. филол. наук / Каратаева Л. В. – Майкоп, 2003.

10. Кочеткова О. Л. Средства выражения модальных значений возможности и необходимости в русском языке второй половины XVII – начала XVIII веков: Дисс. ...канд. филол. наук / Кочеткова О. Л. – Калининград, 1998. – 20 с.

11. Крысин Л.П. Литературная норма и речевая практика газет / Л. П. Крысин // Язык современной публицистики / сост.
Г. Я. Солганик. – М., 2005. – С. 44-57.

12. Пеньковский А. Б. О семантической категории «чуждости» в русском языке / А. Б. Пеньковский // Проблемы структурной лингвистики. – М., 1989. – С. 54-82.

13. Пешковский А. М. Объективная и нормативная точка зрения на язык // Избранные труды. М., 1989. С. 50-62.

14. Пушкарева О. В. Модальность странного: взгляд сквозь призму авторского сознания А.С.Пушкина: Автореф. дисс. канд. филол. наук / Пушкарева О. В. – Екатеринбург, 1998. – 18 с.

15. Рожков И. Я. Реклама: планка для «профи» / И. Я. Рожков. – М., 1997. – 154 с.

16. Склэир Л. Культурно-идеологические транснациональные практики // Массовая коммуникация в современном мире / Под ред. М. М. Назарова www.i-u.ru/biblio/archive/hrest_pr/10.aspx/

17. Современный русский язык / Под ред. В. А. Белошапковой. – М., 2002.

18. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) / Г. Я. Солганик // Язык современной публицистики / Сост. Солганик Г. Я. – М., 2005. – С. 13-30.

19. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность / Под ред. А. В. Бондарко. – Л., 1990. – 342 с.

20. Ученова В. В. Философский камешек» рекламного творчества / В. В. Ученова, М. И. Старуш. – М., 1996. – 114 с.

21. Федорова И. Р. Модальность возможности в современном русском языке (на материале газет) / И. Р. Федорова. – Калининград, 2000.

22. Федотова Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе / Л. Н. Федотова. – М., 2005.

23. Ценев В. Психология рекламы (реклама, НЛП, 25-й кадр) / В. Ценев. – М., 2003.

24. Черепанова И. Ю. Заговор народа / И. Ю. Черепанова // http://dere.com.ua/library/cherepanova.

25. Шапошников В.Н. Русская речь 1990-х: Современная Россия в языковом отображении / В. Н. Шапошников. – М., 2006. – 260 с.

26. Шатуновский И.Б. Семантика предложения и нереферентные слова. М., 1996.220 с.

СЛОВАРИ

1. БТС – Большой толковый словарь русского языка. СПб., 1998.

2. Сл. Ожегова – Толковый словарь русского языка / Под ред. С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведовой. М., 1988.

Рецензент — Н.М.Вахтель.

Статья принята к печати 26.12.2006.

АКТУАЛИЗАЦИЯ АРХЕТИПИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ В ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБРАЗАХ

© 2007 А. А. Давтян

Воронежский государственный университет

К. Г. Юнг предположил, что бессознательное человека не исчерпывается индивидуальным опытом, а содержит коллективное бессознательное, заполненное древними образами и поведенческими реакциями, которые многократно повторялись в истории человечества. Оно является общим для всех людей сразу, но при этом присуще каждому человеку в отдельности. Структурной единицей коллективного бессознательного выступает ***архетип.*** Архетипы – это определенные психические схемы, совокупность которых формирует мир человеческих представлений и обладает для человеческой психики особой силой суггестии (внушения). По мнению К. Г. Юнга, прообраз или архетип представляет собой «психический остаток бесчисленных переживаний одного и того же типа». Архетипы лежат в основе мифов, сновидений, символики и образов художественного творчества.

Некоторые исследователи считают, что существуют как общечеловеческие архетипы, так и национальные, групповые (кастовые, классовые, элитные). На наш взгляд, выделение последних размывает само понятие «архетип». Национальные архетипы – это не что иное, как образы, возникшие в мифологиях разных народов, в основе которых лежат все те же общечеловеческие архетипы. О нецелесообразности выделения национальных архетипов говорит и А. Прошин: «Архетип не образ, а форма организации образов, в которую может вкладываться разное содержание. Путаницу создает определение архетипов по названию наиболее значимого образа. Архетип отца чаще всего актуализируется в образе отца... Точно так же, «мать сыра земля» – это не самостоятельный архетип, а одно из проявлений архетипов матери. Соответственно, архетипы не могут быть национальными, они универсальны для всего человечества» [4, 81]. Реакция на устойчивый культурный образ не носит глубинного характера, она влечет цепочку ассоциаций, вызывает радость узнавания или еще какие-нибудь обусловленные индивидуальным опытом эмоции. Встретив же проекцию архетипа, мы, как говорил К. Г. Юнг, «внезапно ощущаем совершенно исключительное освобождение, чувствуя себя как на крыльях, или нас захватывает неодолимая сила. В такие моменты мы уже не индивидуальные существа, мы род, голос всего человечества просыпается в нас» [6, 59].

Психологическим приемом рекламного воздействия с использованием архетипов является усиление подсознательного впечатления от полученной рекламной информации. При этом применяется модель архетипического кодирования – метод соединения конкретных признаков товара со знаками, символами, мифологическими сюжетами, в основе которых лежат архетипы. Как утверждает А. Надеин, реклама «архетипична по сути своей — ведь она обращается к устойчивым массовым драйверам поведения» [3, 101].

В рамках данной статьи нас интересуют те архетипы, которые могут выступать формой организации персонифицированных рекламных образов. Прежде всего речь идет об архетипах, «выражающихся в парциальных личностях, составляющих в своем сложном сцеплении целостного человека» [5, 160], таких как Герой, Отец, Мать, Дитя, Тень, Анима, Анимус, Трикстер и т. д. Архетипами мы их называем условно, это скорее прообразы, возникшие в результате перехода знания об архетипах из бессознательного через предсознательное в сознание.

Архетип Матери в рекламных сообщениях воплощается в образе матери, способной к любви, самопожертвованию, защите и покровительству. Часто мать является центром рекламного повествования, объединяя вокруг себя родных, делая их жизнь более продуктивной, осмысленной и радостной. Например, в рекламе сока «Любимый сад»: «С чего начинается день? С поцелуя ***мамы***, с любимого сока». Реклама гигиенических средств по уходу за детской кожей «Солнышко». Слоган: «Потому что ***мама меня любит***». Реклама зубной

пасты «Аквафреш»: «***Супермама*** – знает все, что нужно нашей семье». Мама не просто выбирает оптимальную для семьи зубную пасту, но знает все, что нужно для полноценного и счастливого существования ее домочадцев. Архетип матери был использован и компанией «Шварцкопф», где мать моет голову своему ребенку рекламируемым шампунем. Рекламный персонаж при этом блаженно вспоминает о детстве, материнской заботе, тепле. В рекламе бульонного кубика «Магги» домочадцы восклицают: «Золотая у нас ***мама***!». В телеролике мама пребывает в хорошем настроении, невзирая на то, что у мужа все валится из рук, дети шалят, а свекровь ворчит. Женщина способна творить чудеса: она готовит вкусный завтрак и восстанавливает гармонию в семье. Этот архетип находит также свое воплощение в женском персонаже, который готовится стать матерью, при этом образ материнства в рекламе обыгрывается как исключительно положительное качество. Примером может служить реклама весов «Тефаль». Вместо привычно-стереотипной демонстрации уменьшения веса женщины в рекламе показано его прибавление в связи с беременностью. В рекламе сока «Добрый» показывают роддом, в котором медицинский персонал провожает маму с родившимся ребенком, которых выписали из больницы. В рекламе подсолнечного масла «Слобода» на праздник Ивана-Купалы молодой человек поймал в реке венок и надел на приглянувшуюся ему девушку, которую затем показывают на кухне. В дверном проеме видны детские игрушки, паровозик, слышен смех папы и малыша, женщина, ставшая матерью, счастливо улыбается.

Архетип Роковой женщины. Если архетип матери находит воплощение в женском образе, способном дать жизнь новому человеку, дать возможность мужчине продолжить себя в другом существе, то роковая женщина несет мужчине смерть (физическую или символическую), в крайнем случае от нее можно ожидать крупных неприятностей. Архетип роковой женщины в рекламе трансформируется в образ красивой женщины-вамп. Образ роковой красотки успешно используется в рекламе одежды, косметики, парфюмерии, привнося в нее момент сексуальной агрессивности. В реальной жизни мужчины часто не решаются познакомиться со сногсшибательной красавицей, но в качестве зрителей рекламы, напротив, они положительно воспринимают визуальный образ женщины-вамп, который смотрится очень выигрышно, например, в эротической журнальной и телевизионной рекламе. В бессознательном мужчины запрятан архетипический страх перед женщиной, так как она способна посягнуть на его свободу, благополучие и жизнь. Роковая женщина притягивает, манит мужчину, который желает вступить с ней во временную связь. Но стоит только впустить роковую красавицу в свой мир, довериться ей, как тут же настанет час расплаты. Например, в рекламе шоколадного батончика «Марс» девушка после очередной ссоры без тени сожаления выбросила молодого человека из своей машины на обочину дороги. В рекламе шампуня «Хербал Эсенсес» женщина так долго мылась в душе, что мужчина, пришедший на свидание, успел за это время состариться. В рекламе шоколадных конфет «ЛакоШанте» в номере женщина связала мужчину и привязала его к стулу, так как объектом ее страсти стали рекламируемые конфеты.

Архетипы Отца, Бога, Волшебного Помощника – это воплощенная фантазия человека о том, что в нужный момент времени и в нужном месте появится помощник, который спасет, решит проблемы, которые человеку казались неразрешимыми. Например, в рекламе чистящего средства Мистер Проппер приходит на помощь, когда обычные персонажи рекламы не в состоянии убрать квартиру быстро и качественно. В рекламе стирального порошка «Лоск» Мужчина-Волшебник приходит на помощь девушке, которой срочно понадобилось надеть именно то платье, на котором оказалось пятно. Когда уже все способы испробованы, а пятно на одежде не исчезло, на помощь приходит Великий Помощник. Он наделен сверхъестественными способностями: проводит девушку в микромир ткани, чтобы продемонстрировать, что происходит с волокнами во время стирки. В рекламе печенья «Принц» появляется анимационный герой и выручает баскетбольную команду школьников, которые до этого проигрывали соперникам. Слоган: «Энергия Принца вам поможет!» В рекламе средства от головной боли «Пенталгин-М» присутствуют образы ада с кострами, серой, смолой и чертями. Девушка сидит в котле и испытывает адскую боль, но вдруг появляется Чудесный помощник, который похож не только на киногероя Супермена, но и на Архангела, спасающего человеческие души, и освобождает ее из плена. Голос за кадром говорит: «Пенталгин избавит Вас от страданий!» В данном контексте головная боль приравнивается к адским мукам, актуализируя архетипический сюжет о вечных страданиях в аду. В рекламе средства для укладки волос «Сансилк» девушка никак не может справиться с прической, но неожиданно на небе появляется «указующий перст» и голос свыше говорит ей, что если она хочет решить проблему, нужно пользоваться рекламируемым средством. Зритель понимает, что с девушкой разговаривал Бог.

Архетип Дитя – творец нового, новой жиз-

ни, носитель исцеления, избавления от пороков, обновления. В рекламе он является также символом будущего, надежды, вечно юной силы. Этим объясняется использование образов младенцев, детей и подростков в рекламных сообщениях. Например, в рекламе телевизоров «Самсунг» люди в черных одеждах идут с закрытыми, вернее замурованными на лицах глазами. Среди них девочка в красном платье. Она открывает свои глаза пронзительно голубого цвета, включает телевизор, и все вокруг прозревают.

Архетип Героя. Героями в мифологии считались люди, появившиеся на свет в результате связи божества с обычным человеком. Этот архетип находит отражение в образе человека, наделенного физической красотой, храбростью, решительностью и другими положительными качествами. Очень активно архетип героя используется в рекламе и массовой культуре. Герой способен совершать «образцовые действия». Он сильнее и решительнее обычных людей, однако ради достижения благих целей он может вести себя с нарушением нравственных норм (разбить кучу машин, потопить весь город в крови, оставить после себя хаос и разрушение и т. д.). «Повторяющимся персонажем массовой культуры все больше становится супермен, популярность которого связана с тем, что М. Элиаде называет «тайным вожделением современного человека», который, будучи «обездоленным» и «малосильным», стремится к идентификации с исключительной личностью» [1, 318], – пишет А. Лебедев-Любимов. В рекламе дезодоранта «Акс» (Axe) персонаж списан с супергероев классических блокбастеров. Девушка забыла в отъезжающем автобусе сумку. Герой говорит: «Не волнуйся, детка!» – догоняет автобус, запрыгивает на крышу, демонстрируя отвагу и удаль. Однако в ролике намечается неожиданный поворот – появляется субтильный молодой человек, который облачается в куртку героя (тот бросил ее в урну, чтобы не мешала догонять автобус). В ней он находит дезодорант, которым решает воспользоваться. Девушка, очарованная запахом рекламируемого дезодоранта, уходит с субтильным молодым человеком, забыв о герое.

В субтильном персонаже находит воплощение архетип трикстера. Он обманом присваивает себе славу героя, облачившись в его «шкуру». ***Архетип Трикстера*** находит воплощение в образах джокера, шута, мошенника, нередко комического персонажа. Существо, которое насмешничает без конца, делает черное белым и наоборот. Шут связан с карнавальной традицией, где происходило высвобождение энергии человека за счет выкрикивания запретных шуток и мыслей, совершения асоциальных поступков. Этот архетип находит воплощение также в образах обманщика, плута. Например, в рекламе чипсов «Лэйс» молодой человек знакомится с девушкой и под предлогом показать ей город ведет ее на смотровую площадку, незаметно забирает у нее чипсы и удаляется. Нисколько не раскаиваясь в содеянном, он, спустившись вниз, машет девушке на прощание рукой и пакетиком «Лэйс».

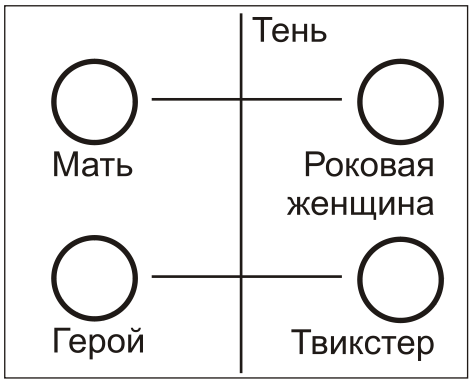
Некоторые исследователи объединяют в единый архетип героя Трикстера (плут) и Трансформера (преобразователь), а также выделяют и другие образы архаического героя внутри культуры: Близнецы (сверхмогущество), Красный Рог (богоборчество, крах, наказание за гордыню) и Герой-мученик [2, 159]. «Исторический культурный герой исполняет функцию спасения в экстремальной ситуации и преобразования традиционной нормы, основания новой культурной традиции (Прометей). При этом Трансформер выполняет социальный заказ, представляя собой воспитательный эталон, а Трикстер являет собой отрицательный образец, выполняя функцию проверки культурной нормы; психологически это провокация Тени» [2, 161]. Рекламные персонажи также могут выступать в роли объектов и субъектов ***чудесного преображения, волшебного преобразования.*** Поэтому наиболее востребованными в рекламе можно считать миф о Золушке и миф о Прометее. Золушка выступает объектом волшебных изменений, а Прометей – субъектом. В случае использования мифа о Золушке рекламируемый товар, к какой бы товарной категории он ни относился, помогает невзрачному персонажу преобразиться, стать успешным, востребованным, счастливым. Миф о Прометее дает возможность продемонстрировать ситуацию, когда персонаж, знакомя других персонажей с рекламируемым товаром, озаряет их жизнь новым светом и смыслом. Золушка и Прометей чаще всего являются «светлым» воплощением архетипа Героя (Герой-мученик и Трансформер), но иногда они становятся воплощением Трикстера. Триксер и Герой могут находиться в бинарно-оппозиционных отношениях. Трикстер – зеркальное отражение Героя, эквивалентное Тени. То же самое можно сказать и о паре Роковая женщина – Мать.

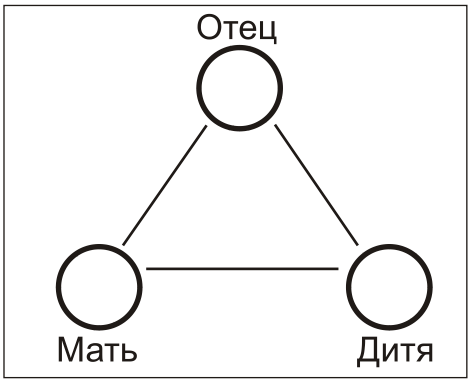
Согласно К. Г. Юнгу, в каждом мужчине присутствует женское начало Анима, а в каждой женщине – мужское начало Анимус. Анимус – олицетворение мужского начала в женском подсознании, то, что притягивает женщину в мужчине. В рекламе это чаще всего реализуется при показе современного преуспевающего мужчины, наделенного максимумом авторитета и социального статуса. А. Прошин пишет: «Здравый смысл, отражающий социальную практику, заставляет использовать в рекламах ровесников

другого пола: парней демонстрируют девушкам, старых мужиков – дамам. Этот подход адресован сознанию. Неосознанное, как следует из вышеприведенной схемы, нуждается в обратном. Женщины бальзаковских лет, например, концентрируют критическое внимание на мужчинах своего возраста. А бессознательно их влечет к молодым людям, вследствие действия архетипа анимуса (как говорят, «материнского инстинкта», хотя инстинкт этот, скорее, либидоносный). Аналогичное влечение заставляет пожилых дядек некритически воспринимать выступления юных девушек. Второе: подсознательно воспринимаются лучше те рекламы, где специфически женские (мужские) товары рекламирует человек противоположного пола. Наконец, идентификация героев по архетипу должна, по идее, соответствовать товару. Например, образ Отца, часто заявляемый в солидных рекламах банков и серьезных автомобилей, рационально обращен на таких же Отцов. Это может им не понравиться, в то время как образ Девы или Манны мудреца окажется гораздо эффективнее» [4, 85].

Тень, по Юнгу, символизирует оставшуюся в подсознании часть личности, в которой отражается темная сторона человеческой души. Этот архетип подчеркивает двойственность человеческой натуры. Тень находит воплощение в отрицательных персонифицированных рекламных образах. Причем неправильность рекламного героя в связи с актуализацией данного архетипа может нравиться потребителю, возникает торжество Тени. Когда в жизни человека и окружающем мире слишком много правильного и положительного, он начинает скучать. Возникает психологическое сопротивление, потребность в преодолении, в свободе от тех норм хорошего поведения, которые предписывает общество своим представителям. В рекламе подавляющее большинство персонажей положительные или нейтральные, это надоедает зрителю, поэтому он с удовольствием смотрит ролики, где доминируют отрицательные персонажи. На этом построены «неправильные» имиджевые ролики («В каждом из нас есть немного MTV»), где рекламные персонажи совершают откровенно асоциальные поступки только потому, что их никто не видит. В рекламных сообщениях может идти открытая демонстрация персонажами жадности, зависти, злорадства и мстительности. В рекламе хлопьев «Голд Флэйкс» персонажи откровенно жадничают, прячут их, не желая ни с кем делиться лакомством. Зависть частенько испытывают женские персонажи по отношению к другим, у которых ярче помада на губах, лучше ухожены или окрашены волосы и т. д. Злорадство испытывают мама с дочерью в рекламе масла «Злато», консервирующие овощи и соперничающие в этом деле с другой семьей. Дочь заявляет: «Уткины от зависти крякнут!» В рекламе «Пенталгина» женщина мучается головной болью и, перепробовав все возможные способы, говорит: «Ничего не помогает». На что свекровь ехидно отвечает: «Я же предлагала «Пенталгин». Но мы ведь сами умные». Персонажи, воплощающие архетип Тени – излишне подозрительные, делающие гадости, поступающие подло, обижающие слабых, нарушающие правила, обманывающие. Создание «неправильных» героев и «неправильных» ситуаций, с явным нарушением общепринятых норм и установок, часто вызвано желанием продемонстрировать сверхвыраженность качеств рекламируемого объекта. Товар может быть настолько притягательным, соблазнительным, ценным в глазах персонажа, что он готов на любые неблаговидные поступки, а иногда и откровенные подлости, только бы заполучить товар или не лишиться его. На использовании в рекламе отрицательных персонажей (эгоистов и обманщиков) построен целый ряд роликов, рекламирующих чипсы «Лэйс». Эгоистично, например, ведет себя внук в рекламе чипсов «Лэйс», который, пожалев для дедушки чипсов, поставил рядом с пакетиком мышеловку, в которую старик угодил пальцем. В рекламе чипсов «Эстрелла» тоже главный герой ведет себя в высшей степени эгоистично. Сцена на корабле напоминает знаменитую сцену из фильма «Титаник», когда героиня, раскинув руки, «летит» навстречу заре. В ролике молодой человек убирает руки и девушка падает в бассейн с водой только потому, что она посягнула на чипсы, которыми молодой человек не хочет делиться. Воплощением Тени являются также персонажи, олицетворяющие проблему, с которой борется положительный рекламируемый товар. Это персонифицированные явления (голод, боль, дискомфорт), разносчики инфекций (тараканы, бактерии, вирусы), вредители (комары, колорадские жуки, моль, грызуны), персонажи, олицетворяющие болезнь. Например, в рекламе витаминного комплекса для детей «Сана Сол» показывают улыбающегося малыша, из-под кровати которого выбираются крошечные злобные гномы, олицетворяющие авитаминоз, рахит и дизентерию. К собирательным персонажам, олицетворяющим одновременно источник болезни и саму болезнь, можно отнести кариозных монстров в рекламе жевательной резинки «Орбит». Тень призвана избавить человека от необходимости соответствовать или подчиняться социальным нормам и предписаниям. Архетипический образ Тени несет позитивную нагрузку, потому что заставляет человека увидеть собственную отрицательную сторону, иногда следовать ей, иногда ее побеждать. Поэтому этот архетип может находить

Схемы наиболее распространенных в мифологии, религии и культуре сочетаний архетипов





воплощение в довольно неожиданных рекламных образах. Так, например, в рекламе леденцов «Бон-Пари» показан процесс бракосочетания. В самый ответственный момент, когда у жениха спросили, согласен ли он взять в жены свою невесту, на девушку покатился огромный апельсин, который сорвал торжественную церемонию, так как в зале началась паника.

Архетипы оказывают сильное благотворное переживание на человека. Если бы каким-то фантастическим образом произошло исчезновение даже «злого» архетипа их психики человека, это разрушило бы ее целостность. Архетипические образы присутствуют в рекламе и воздействуют на потребителя даже независимо от того, сознательно ли их используют рекламисты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы / А. Лебедев-Любимов. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.

2. Матвеева Л. В. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева,Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 316 с.

3. Надеин А. Сюжетопостроение от Польти до Проппа / А. Надеин // Рекламные Идеи. – 2005. – № 2. – С. 97-101.

4. Прошин А. Символы единорога, тещи и ежевики. Как правильно продавать сны / А. Прошин // Реклама и жизнь. – 2003. -№ 5 (23). – С. 78-87.

5. Соколов Э. В. Введение в психоанализ. Социокультурный аспект / Э. В. Соколов. – СПб.: Лань, 1999. – 320 с.

6. Юнг К. Г. Проблемы души нового времени / К. Г. Юнг– М.: Прогресс, 1996.

Рецензент –В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 14.12.2006.

ФЕМИНИСТСКАЯ ПРЕССА В ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ (ОТ АВТОРИТАРИЗМА К ЛИБЕРАЛИЗМУ)

© 2007 Е.А. Епифанова

Воронежский государственный университет

В цивилизованных странах уже давно признана роль феминистской теории в выявлении социальных проблем. Влияние этой теории на различные области жизни привело к развитию гендерной теории, без которой сегодня не проходит ни одно солидное исследование почти во всех областях науки. В мире ежегодно выходят сотни книг и журналов по феминизму и гендерным исследованиям, в университетах США и Европы читаются феминистские и гендерные курсы лекций и защищаются диссертации. Но среди российских журналистов, по их собственному признанию, бытует своеобразное представление о феминизме:

а) это моральное извращение или психическая болезнь. «Эмансипация – это нравственная мутация», – написал известный писатель В. Распутин; «Феминизм... может считаться разновидностью невроза», – утверждает Татьяна Малкина.

б) это угроза национальным ценностям [3, 167].

Феминистки в России получают различной степени бранные эпитеты – от мужененавистниц до сексуально неудовлетворенных развратниц [2].

И это неудивительно, ведь тема феминизма и равноправия была слабо представлена в советской прессе.

В конце 70-х годов в СССР официально заявлялось, что «женский вопрос» в стране решен. Издания для женщин – «Работница» и «Крестьянка», а также пропагандистский, рассчитанный на зарубежного читателя «Мир женщины» – предлагали старый советский стереотип женщины как активистки и труженицы (делался дополнительный акцент на ее роли образцовой матери). Характерным примером такого рода героини можно считать героиню популярного очерка Инны Руденко о женщине – докторе наук и матери 10 детей из Риги, которая должна была служить, по мысли автора, примером для советских девушек [1].

Альтернативная диссидентская пресса («Хроника текущих событий» и другие выпуски самиздата) не уделяли женщине серьезного внимания, разницы между образами женщин и мужчин диссидентов и партократов в этих публикациях практически не было.

Единственным исключением из сложившейся довольно стабильной структуры гендерной стереотипизации явились публикации неподцензурного журнала «Женщина и Россия» (который позднее назывался «Мария»), вышедшего в Ленинграде в 1979 году. В нем группа феминисток описала жизнь советских женщин как цепь бесконечных унижений, издевательств и мук, они рассказали о наличии в стране жестокой дискриминации по признаку пола во всех областях жизни – в трудовой сфере, в семье, в тюрьме, в области искусства. Этот опыт не был долгим – группа была выдворена из страны, журнал смогли прочесть лишь единицы читателей. При этом интересно, что диссидентские круги не хотели принимать высланных феминисток, не разделяя и не понимая их позиции.

Во второй половине 80-х годов возобладала противоположная точка зрения о нерешенности «женского вопроса». Это было обусловлено тем, что в этот период на первый план выдвинулись политические и социальные проблемы, которые заполнили все печатное пространство. Нельзя не сказать здесь и о том, что уже в этот период возникает новый подход в оценке гендерных ролей. Речь идет, прежде всего, о неподцензурном журнале «Женское чтение», который О. Липовская издавала в период перестройки в Ленинграде. Здесь впервые были переведены первые тексты феминистской теории, вопрос о правах человека включал также вопрос о положении женщин – для традиционного для эпохи правозащитного самосознания это было абсолютно неприемлемо.

К концу 80-х годов о женщинах писалось много, но в критическо-разоблачительном ключе, свойственном той эпохе. «Критичес-

кий пафос был направлен не против общества, дискриминирующего женщин, а против самих женщин, которых обвиняли в забвении своего «природного предназначения»[3, 169]. Российская женщина часто представлялась как существо забитое, обиженное, убогое, бессильное, нуждающееся в серьезной защите всего общества, в материальной, моральной и психологической поддержке всех и вся. При этом выразителями идей женщин, как правило, выступали мужчины.

В 90-е годы стереотипизация женщин в СМИ усилилась: женщина предстает либо как деталь интерьера кухни и детской, либо как сексуальный объект. Особенностью этого периода является появление так называемых «женских журналов», которые составляют более 30 процентов среди всего объема массовых журналов. «В сущности, все эти журналы посвящены тому, как научить женщину быть красивой, ухоженной и сексуальной куклой, цель жизни которой – быть забавой мужчины и уметь доставлять ему удовольствие. Женскими проблемами в этих журналах считается умение накладывать макияж и сделать свое тело красивым, хорошо заниматься сексом и хорошо готовить, снимать психологическое напряжение мужчины, правильно стирать его рубашки и т. д. В качестве культурного дополнения предлагается астрология, рукоделие, рассказы о жизни артистов. Социальные или моральные проблемы, рассказывающие о реальной жизни реальных женщин, начисто отсутствуют... В этом смысле можно сказать, что большинство «женских» журналов – это вообще один сплошной стереотип» [3, 167].

Название рубрик в этих журналах говорило само за себя: «Красота и здоровье», «Истории любви», «Семейные страницы» и т. д. Освещение актуальных проблем женщин и поиск путей их решения в «женских» изданиях напрочь отсутствовали. Взгляды, подходы, позиции в обсуждении каких-либо проблем, как правило, были всегда однозначны. Они зависели от общего подхода той или иной редакции к «женскому вопросу».

Деловые и трудящиеся женщины не были представлены вообще; если мелькало интервью женщины – директора банка, то акцент делался на особенностях ее макияжа и кулинарных рецептах дома, а деловые успехи представали некой случайностью и подарком судьбы. Женщин не привлекали в газеты в качестве экспертов почти никогда.

Женское движение за рубежом не освещалось в зарубежных репортажах, а феминистки потихоньку начали занимать в системе стереотипов пустующее место «врага народа» – они были представлены как грязные и недовольные жизнью тетки, не умеющие привлечь мужчин. Первый женский независимый форум в Дубне был представлен в газете «Московский комсомолец» как сборище агрессивных лесбиянок.

О женском движении в России, возникшем к тому времени, пресса говорила крайне скупо, о парламентской группе «Женщины России» (которая работала как раз в этот период) публикаций было также немного, но единственным плюсом было уже хотя бы то, что телевидение стало показывать женские лица в парламенте и женщин в качестве «говорящих голов», озвучивавших те или иные политические идеи.

Именно в этот период начал крепнуть, правда, еще робкий голос женщин, для которых свобода означала не обязательное участие в общественной деятельности, а ассоциировалась с правом выбора между работой вне дома или тем, чтобы целиком посвятить себя домашнему хозяйству [6, 91].

В середине 90-х гг. в так называемых качественных СМИ гендерные стереотипы уже не являли такого единства, как в начале десятилетия. Анализ Ассоциации журналисток показал, что к 1996 году одни СМИ (в частности, «Известия») предпочитали женщину-героиню, лидера политики и бизнеса, высокообразованную советчицу, другие («Аргументы и факты») продолжали использовать образ маргиналки – преступницы и звезды эстрады и спорта. Только газета «Сегодня» предлагала героиню с активной жизненной позицией, имеющей свое мнение и желающей преобразования общества.

В то же время лишь 1 % от всех газетных площадей был посвящен материалам о женщинах, кто бы они ни были. О женщинах было написано на 1,5 % всех газетных площадей национальной прессы [5, 44]. Исключением здесь можно считать журнал «Итоги», газеты «Коммерсант» и «Независимая газета», которые регулярно привлекали женщин-экспертов на свои страницы, повествовали о женском успехе в бизнесе, политике, искусстве и даже начали периодически публиковать статьи о российском и международном женском движении и феминизме, рассматривая их исключительно в позитивном ключе.

Имена активисток российских женских организаций начали появляться в газетах (активнее в этом плане оказалась «Независимая газета», в которой начиная с 1995 года существовала концептуальная профеминистская полоса «Женщины», аналогичные попытки были предприняты «Общей газетой» и «Литературной газетой», но не были долговечными).

В конце 90-х годов в российском обществе наблюдался процесс формирования новых женских ролей, стилей жизни, потребительских ин-

тересов. Происходили такие важные явления, как индивидуализация и новые формы солидарности женщин, их стремление быть представленными в различных сферах власти. Именно в этот период в России появились журналы, качественной характеристикой которых явилась артикуляция проблем женщин в интерпретации самих женщин. На страницах этих изданий, выпускаемых женщинами – участницами женского движения для женщин как собственной, «своей» социальной группы, шла отработка новых подходов, новых интерпретаций женских проблематик.

Телерепортеры увидели в образе активной и деятельной женщины некий новый поворот, в программах новостей по ТВ стали появляться репортажи о феминистках, о кризисных центрах для женщин, о проблемах дискриминации. Женщины представали в этих сюжетах как хозяйки своей судьбы, которые могут не только отстоять свои позиции в обществе, но и самому обществу предложить некие новые конструктивные подходы к решению наболевших проблем.

Новые радиопередачи станции «Резонанс», радио «Надежда» посвящали свой эфир разговору о правах женщин, о женском движении и женском лидерстве. Именно телевидению российская аудитория обязана тем, что само слово «феминистка» перестало восприниматься как нечто далекое от российских корней, привнесенное искусственно с Запада и враждебное национальной идентичности. Произошло это прежде всего благодаря новым популярным ток-шоу «Я сама» и «12 решительных женщин», которые представляли мнение живых и вполне реальных российских феминисток, многие из них довольно скоро стали настоящими звездами экрана.

Одним из инструментов изменения гендерной идеологии стала феминистская пресса, которая оформилась в России в конце XX века. Сама интерпретация «женских» тем и проблем в феминистских изданиях является совершенно иной, нежели в «основной» прессе. Концепт женщины стал основой критического феминистского дискурса.

Феминистских изданий пока существует не много, но они на своих страницах презентуют иное мировоззрение, в котором сложные переплетения гендерных и классовых установок и проблематик как основ общественного конфликта пересматривается в пользу гендерного неравенства.

Феминистские издания:

– оспаривают гендерные стереотипы;

– подвергают сомнению их «природную» сущность;

– аргументируют сомнения в справедливости существующих гендерных иерархий;

– доказывают ошибочность социальных практик, приведших к гендерной асимметрии общества.

Они создают феминистский дискурс, в котором идет иное описание и конструирование реальности, основанное на артикуляции иных смысловых категорий. Именно в этом выражается и радикализм российского феминизма, и его созидательный потенциал.

При помощи феминистской прессы женские голоса стали слышимыми. Начался социальный диалог между социальными структурами, вовлеченными в проблему: правительственными структурами, различными социальными институтами, партиями, организациями женского движения, политическими группами, индивидами.

На страницах феминистской беллетристики презентуется образ женщины, отошедшей от идеалов самоотречения и самопожертвования как во имя семьи, так и во имя «общего дела», женщины, «испытывающей горечь вины перед собой».

Нельзя не сказать и о влиянии независимой женской прессы, которая вот уже более пяти лет ведет упорную работу по гендерному просвещению, предлагая альтернативные стереотипным образы женского и мужского поведения, проповедуя феминистские идеалы. Журналы «МЫ», «Посиделки», «Права женщин в России», «Женщина +», альманахи «Преображение», «Все люди – сестры». На сегодняшний день они перестали быть бюллетенями для узкого пользования феминистской общественности, имеются в библиотеках, их публикации включаются в учебные университетские курсы и факультативы. В Интернете создан сайт независимого женского движения owl. ru, который публикует как теоретические работы по феминизму, так и новости женских организаций.

Неправительственные женские и феминистские организации, являясь до известной степени объектом гендерного теоретического дискурса, вносят свой вклад в развитие темы не только посредством реального действия (социальная, политическая, экономическая активность женщин), но и в форме сбора информации, статистик, анализа реального положения женщины в нынешних российских условиях. Одним из примеров активного сотрудничества исследовательниц и активисток является работа в программах женской организации «Фемина» (об образе женщины на экране Центрального ТВ) или о женщине в современной русской журналистике, сделанном силами Ассоциации Журналисток и исследовательниц с помощью контент-анализа [4].

Конечно, феминистские идеи не стали господствующими в российских СМИ, и вряд ли это когда-нибудь случится. Но то, что журналистика

находится на пути к более адекватному отражению реального положения мужчин и женщин в России – налицо. Традиционная роль российской женщины в общем укладе жизни, с одной стороны, и декларативный, реально ничем не подкрепленный, характер ее права в современном государственном устройстве – с другой, требуют возникновения массовых общедоступных женских изданий, адекватно отражающих истинные проблемы и ценности россиянок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ажгихина Н. И. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа / Н. И. Ажгихина – (http://www. owl. ru)

2. Воронина О. А. Гендерная экспертиза законодательства Российской федерации о средствах массовой информации / О. А. Воронина – (http:// www. owl. ru)

3. Воронина О. А. Свобода слова и стереотипный образ женщин в СМИ / О. А. Воронина // Знамя – 1999 № 2.

4. Липовская О. Гендерные исследования пост-советского общества / О. Липовская – (http://www.summerschoolprogram)

5. Мельник Г. С. Женщина в фокусе российских СМИ / Г. С. Мельник // Женщина в массовой коммуникации: штрихи к социокультурному портрету. – СПб., 1998. – 82 с.

6. Фигейреду В. Авторитаризм и эрос / В. Фигейреду – М.: Дон Кихот, 1992. – 112 с.

7. Ямпольская Р. М. Женская пресса: основные проблемно-тематические направления / Р. М. Ямпольская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 1998. - № 2.

Рецензент – Л. Е. Кройчик.

Статья принята к печати 28.10.2006.

РАДИОВЕЩАНИЕ КУБАНИ: ОТ ПРОПАГАНДЫ К ИНФОРМИРОВАНИЮ

© 2007 Е.В. Кравченко

Кубанский государственный университет

Отечественное региональное радиовещание прошло большой исторический путь. Его значение в истории страны во многом зависело от исторической эпохи и политического режима. Оно выполняло функции средства ретрансляции тех или иных событий, пропагандиста и популяризатора культуры, а также идеологического оружия – мощного средства воздействия на сознание людей.

Уникальность отечественного регионального радиовещания заключается в том, что оно является одновременно объектом и субъектом исторического процесса. В советский период оно выполняло функции идеологического оружия. Например, уже в 1930 году Институт марксизма-ленинизма при ЦК ВКП(б) начал передавать по радио цикл лекций по истории партии, философии, по истории революционного движения в России. У микрофона выступали лучшие пропагандистские силы страны, участники революционного движения, ветераны революции.

На местах началось строительство радиопартаудиторий. Только в Краснодаре было создано на промышленных предприятиях и колхозах Пашковского района более 80 таких радиопартаудиторий. В районных центрах, в колхозах, совхозах, на крупнейших промышленных предприятиях специально отведенные комнаты оборудовались радиоприемником и наушниками. В назначенное время по расписанию туда собирались слушатели, организованные райкомами партии, парторганизациями предприятий, усаживались с блокнотами, слушали лекции и записывали. Сразу же после лекций проводилась консультация. По передаваемому по радио материалу вся страна села за парты радиопартаудиторий, началось познание марксистско-ленинского учения о революции, о партии, о социализме и коммунизме.

С образованием в 1937 году Краснодарского края местное радио стало вести свои передачи по твердой сетке, объемом вещания до двух часов в день. В том числе ряд передач велось для Адыгейской автономной области на адыгейском языке, в связи с чем в краевом радиокомитете была образована адыгейская редакция.

Программы Краснодарского радио были направлены на широкую пропаганду новой Конституции, успехов в развитии народного хозяйства. Радио рассказывало о развитии стахановского движения, о делах прославленных механизаторов. Большую роль сыграло радио в агитационно-массовой работе, в связи с выборами в Верховные Советы СССР и РСФСР.

Радио всегда находилось в жестких цензурных тисках. Все тексты, что читали дикторы в эфире, утверждал председатель Радиокомитета. Цензуре подвергались не только журналистские тексты, но и музыкальные передачи.

В краевом государственном архиве сохранились воспоминания Василия Васильевича Ворычина (1905–1977 гг.), кубанского журналиста, о таком случае: «В 1938 году передавали концерт грамзаписи, поставили песню “Вспомни-ка, товарищ”. В припеве были такие строчки: “С командиром Блюхером били мы врагов”. А Блюхер, командующий Дальневосточной армией, был уже расстрелян как враг народа. Ночью Борис Яковлевич Верткин (в годы войны работал главным редактором политвещания краснодарского краевого радиокомитета, старший диктор и радиожурналист, заслуженный деятель культуры России) побежал к председателю радиокомитета Ольге Николаевне Ильиной. Рассказал, какая вышла промашка. И они поехали в комитет, но там никого не было. Тогда она настояла на том, чтобы самим позвонить в НКВД и рассказать о случившемся. Сотрудники НКВД приехали сразу же. Перебрали все пластинки. Ту, которую крутили, на месте поломали. И сказали, что их спасло то, что они сами позвонили в НКВД. А так бы полетела голова Верткина – редактора музыкальных передач. А Ольгу Николаевну – самое меньшее – сняли бы с работы» [1].

До 11 декабря 1943 года местное радиовещание проводилось только по трансляционным про-

водам Краснодара, и содержание радиовещания ограничивалось главным образом событиями и политической жизнью Краснодара. С 11 декабря 1943 года была пущена в эксплуатацию радиовещательная радиостанция (на волне 531метр). Эта радиостанция, в отличие от предыдущей, имела мощность в несколько раз больше, была построена по типу современных усовершенствованных радиостанций и обеспечивала обслуживание всех районов Краснодарского края.

В связи с пуском радиостанции изменилось и содержание краевого политического радиовещания за счет увеличения освещения вопросов, связанных с сельским хозяйством, промышленностью, транспортом, партийной жизнью. В программу ежедневных радиопередач входили: один выпуск «Последних известий», составленных на основе материалов, полученных от корреспондентов; один выпуск по материалам краевой газеты «Большевик»; один выпуск по материалам районных и городских газет.

Два выпуска в неделю комсомольско-молодежных передач, составляемых по материалам корреспондентов при участии крайкома комсомола. Один сельскохозяйственный выпуск, составляемый по материалам корреспондентов, или статьи и беседы научных работников сельского хозяйства края.

Кроме того, четыре раза в неделю у микрофона выступали с докладами руководящие работники города и края, стахановцы – по вопросам обмена производственным опытом работы, агитаторы, директора заводов, начальники групп самозащиты и местные поэты.

В 1960-е годы краевое радио получило новое развитие. Появились такие передачи, как «Радиошкола высокой культуры земледелия», «Проблемы сельскохозяйственного производства», сыгравшие важную роль в пропаганде методов ведения сельского хозяйства. В передачах принимали участие кубанские ученые. Значительное место в программах радио занимали передачи «Гвардейцы кубанских полей», «На них равнение», «Рассказы о коммунистах» и другие. В них давались портреты делегатов очередных съездов КППС, знатных тружеников Кубани.

Большое внимание уделялось социально-нравственной стороне социалистического соревнования, духовному миру человека труда, его взаимосвязи с коллективом, обществом. Все чаще звучали передачи о наставничестве, о движении молодежи: «С коммунистами рядом – всегда впереди», «Дорогой Ленина», «Дорогой Октября».

Вот некоторые тексты радиопередач редакции пропаганды. «Пути-дороги школьные». Программа от 26 января 1970 года:

«К приемникам редакция пропаганды приглашает учителей старших классов. Сегодня для вас подготовлена эта передача. Она посвящена использованию трудов В.И. Ленина в процессе работы с учащимися».

Программа «Ленин – теоретик и вождь социалистической революции», посвященная столетию со дня рождения Ленина. Из цикла «Изучаем тезисы ЦК КПСС»:

Текст из программы: *«С огромнейшим интересом и вниманием изучают советские люди, все труженики нашего края тезисы ЦК КПСС к столетию со дня рождения Владимира Ильича Ленина. Для нас празднование ленинского юбилея – это не только торжество мемориального характера. Это событие международного значения, которое подводит итог предшествующего развития мирового революционного процесса и ставит конкретные практические задачи для последующего движения человечества к коммунизму»*.

Новый этап идеологического наполнения радиовещания наступил в 1970-е годы.

В качестве примера приведем два документа – тематический план основных передач Краснодарского краевого радио на февраль 1971 года и тематический план основных передач краевого радио на 1972 год [2]. По содержанию и форме они повторяют друг друга.

Тематический план основных передач Краснодарского краевого радио на февраль 1971 года

Редакция пропаганды

I. Навстречу XXIV съезду КПСС.

1. «Шаги пятилетки».

а) выступление первого секретаря Новороссийского горкома КПСС т. Швыдкова Я. Г.

б) выступление начальника управления профтехобразования т. Васильева А. А.

2. Ленинский радиоальманах «Правда века». Основные страницы: «Съезду партии – ударный труд», «Соратники Ильича».

4. Каждый третий четверг – передача об опыте проведения единого политдня.

5. «Главная тема» – передача об опыте работы парторганизаций по пропаганде итогов 8-ой пятилетки и задачи по подготовке к XXIV съезду КПСС – автор Дербенев А.Ф.

6. «Решения декабрьского (1969 года) Пленума ЦК КПСС – в жизнь!»

7. «Рычаги трудовой активности» – о разнообразии форм и методов партийно-организационной работы по повышению ответственности членов коллектива за порученное дело.

8. К 52-ой годовщине Советской армии и ВМФ.

9. «Основа хозяйствования». К 50-летию Госплана СССР. Выступление председателя Крайплана т. Панцирева К. А.

10. Человек, коллектив, общество.

а) «Рассказы о коммунистах».

б) «Будни местных Советов» – рассказывается о том, как местные Советы организуют борьбу производственных коллективов за успешное выполнение предсъездовских обязательств.

в) «книжные радиовитрины»;

г) на темы воспитания;

д) на темы дня.

Редакция промышленности и строительства

II. Навстречу XXIV съезду КПСС.

1.Шаги пятилетки. Выступления:

а) первого секретаря Кропоткинского Горкома КПСС Белогая И. С.;

б) главного инженера управления газетного хозяйства Кайланя А. Г.

Помимо этого выходят рубрики «В ритме времени» – репортажи с предприятий, строек, организаций о ходе выполнения социалистических обязательств, взятых в честь XXIV съезда партии. «Экономика, технический прогресс» – беседы из цикла «Экономические знания всем», автор – кандидат экономических наук Вяткин Г.В.; «Организация социального планирования», автор – кандидат экономических наук Арасланов К.М.; «Наука производству» – выступление заместителя Всесоюзного научно-исследовательского института по креплению скважин и буровых растворов, доктора технических наук Булатова А. И.

Редакция сельской жизни

«Партийному съезду – ударный труд» – радиообозрение о том, как сельские труженики края несут ударную предсъездовскую вахту, а также о зимовке на фермах и т. д.

Редакция последних известий. Основные рубрики:

1. Хроника важных событий в крае.

2. Информация о деятельности партийных, советских, профсоюзных, комсомольских и хозяйственных организаций.

II. Вопросы сельского хозяйства: «XXIV съезду КПСС – достойную встречу»; «Твой личный подарок XXIV съезду КПСС»; «город – селу»; «Рубежи новой пятилетки»; «Зима – пора учебы на селе» и т. д. Также освещались вопросы промышленности, строительства и транспорта. Культура, спорт, отдых.

Редакция молодежных программ

1. Радиожурнал «Юность Кубани». Основные темы: «Комсомол Кубани – XXIV съезду КПСС» (информация по краю); «Наш труд – пятилетке»; «Мы – молодые хозяева земли».

2. Передачи на военно-патриотические темы.

3. Передачи для старшеклассников.

Редакция художественных передач

1. Литературные и литературно-драматические передачи.

2. Радиоальманах «Край наш кубанский»: «Наш вклад в пятилетку» – выступление председателя ВТО, народного артиста РСФСР М. Куликовского.

3. Рубрика «Театр у микрофона».

Также новые музыкальные произведения и концерты.

Тематический план основных передач краевого радио на 1972 год. Редакция пропаганды

1. Ленинским путем. – «Радиолекторий по материалам XXIV съезд КПСС». «Формирование нового человека – одна из главных задач партии в коммунистическом строительстве». Автор – доцент политехнического института, кандидат исторических наук А. П. Мусев.

2. Ленинский радиоальманах «Правда века». Основные страницы: «Пятилетка, год второй»; «За ленинской строкой»; «Кубань 50 лет назад».

Редакция промышленности и строительства.

1. «Пятилетка – год второй»; «Шаги пятилетки».

2. «Рабочая радиогазета» – основные темы: «50 лет СССР – достойную встречу»; «Рабочая гордость».

3. Экономика, технический прогресс. Радиоклуб «Новатор». Тема заседаний – задачи рационализаторов на пятилетку, ход радиоконкурса на лучшее рационализаторское предложение.

Редакция сельской жизни

1. Решения XXIV съезда КПСС – в жизнь! Репортажи о том, как сельские труженики проработали в 1971 году, о резервах, способствующих досрочному выполнению заданий пятилетки.

Редакция последних известий

1. Хроника важных событий в крае.

2. Информация о деятельности партийных, советских, профсоюзных, комсомольских и хозяйственных организаций.

«Повестка дня» на региональном радиовещании формировалась партийными органами и исполнительной властью. Доказательством служат приказы по Краснодарскому краевому комитету по телевидению и радиовещанию. В одном из них, от 18 января 1971 г., говорилось:

«В Краснодаре сооружается крупнейшее на Северном Кавказе водохранилище и рисовая система. Однако освещение по телевидению и по радио этих важнейших народно-хозяйственных строек ведется слабо. Приказываю:

1. Главным редакторам общественно-политических (т. Верткин Б. Я.) и художественных (т. Лобов Ю. С.) передач обеспечить планомерное и широкое освещение строительства, придавая первостепенное значение показу трудовых будней, социалистической работе, организаторской и идейно-воспитательной работам, культурно-бытового обслуживания строителей, вскрывая недостатки в этом деле.

2. Редакции «Телевизионных вестей» (старший редактор Пономаренко Ю. Н.) пересмотреть состав телевизионного поста на строительстве краснодарского водохранилища, практиковать систематическое проведение телевизионных рейдов.

3. Подготовить к производству телевизионный документальный фильм объемом 30 минут.

Подпись: зам. пред. краевого комитета по телевидению и радиовещанию Б. Понятаева.

Краснодарский краевой комитет по телевидению и радиовещанию контролировал работу журналистов. Так, приказом № 13 «Об улучшении еженедельного обозрения передач краевого радио» от 9 февраля 1971 г. по Краснодарскому краевому комитету по телевидению и радиовещанию [3] дежурным обозревателям вменялось в обязанности вести дневник и по понедельникам представлять его руководству комитета для ознакомления с выводами и замечаниями. О наиболее важных замечаниях дежурный обозреватель должен был информировать руководство комитета в оперативном порядке.

В конце 1980-х – начале 1990-х годов в эфире краевого радио произошли определенные изменения – появились информационные программы «Радиостанция Кубань», «Краевые новости», радиопередачи «Прямой эфир», «Актуальный микрофон», «Темы дня». Выходила в эфир еженедельная программа «Кубанская станица» Тамары Массальской.

Согласно приказу по ВГТРК в радиоэфире Северного Кавказа вновь появились позывные некогда прекратившего свое существование межрегионального еженедельного радиожурнала «Зори Кавказа». Цель радиожурнала – сохранить единое информационное поле, направленное на развитие межнациональных отношений в регионе. Базовой для создания радиожурнала была выбрана ГТРК «Кубань». Редактировал журнал М. Мусаев, Почетный радист России. В еженедельных выпусках рассказывалось о жизни республик Северного Кавказа, Ростовской области, Краснодарского края. В каждом выпуске радиожурнала – сюжеты, направленные на поддержание мира и согласия в ЮФО.

Нашли своего слушателя и художественные программы краевого радио. Говорить о роли этого вещания – значит осмыслить всю семидесятилетнюю культуру края, прослеживая этапы и тенденции ее формирования. В архивах краевого радио хранятся первые записи музыки Г. Плотниченко, Н. Хлопкова, фрагменты спектаклей музыкального и драматического театров.

Художественная редакция была преобразована в художественно – публицистический отдел ГТРК «Кубань». В связи с новыми процессами жизни общества редакция первой среди средств массовой информации края взялась за освещение некогда «закрытых тем» истории, культуры. Со второй половины 1980-х годов начали выходить программы «Казаки Кубани» – по истории и культуре казачества Кубани и России, вел которую писатель В. Елагин, «Свет вечерний» – совместно с православной Кубанской епархией, в которой священники впервые получили возможность общаться с народом.

В программе «Парабола» радиожурналисты едва ли не впервые стали работать с научной интеллигенцией Кубани. Материалы передач легли в основу книги журналиста Е. Карманова «Тмутараканский солнцеворот».

Выходили такие авторские программы, как «Вместе» с Т. Настасьиной, «Таланты и поклонники» с И. Путилиной, «Молодежный меридиан» с А. Перовой, «Ренессанс» и «Храмы Кубани» с Н. Деняк и др. В передаче «Ренессанс» речь шла о жизни интеллигенции XIX–XX веков. Герои программы – как современники, так и фигуры исторические, вклад в культуру России которых был недостаточно оценен. Переосмысливались их личности, обстоятельства творчества, известные факты биографии.

В создании многих художественно-публицистических программ принимали участие не только сотрудники редакции, но и деятели культуры и искусства Кубани. Около десяти лет цикл программ по фольклору и народному творчеству вел народный артист России В. Захарченко, «Слово» – писатель, лауреат Государственной премии В. Лихоносов. Передачи, подготовленные ими, стали самостоятельным фактом культуры, их сохраняют как звуковой фонд радио, так и Государственный архив края. Работа по пополнению звукового наследия ведется постоянно.

Также выходила в эфир передача «Галерея мастеров», подготовленная совместно с Союзом театральных деятелей. А «Звуки музыки» готовились совместно с Союзом композиторов, и вел передачу композитор Б. Целковников.

Развитие рынка средств массовых коммуникаций привело к расширению и регионального информационного поля: увеличился объем и усложнилась структура местных информационных интересов аудитории. В результате выросло количество изданий и их тираж, увеличился объем теле-радиовещания.

Сегодня по информационной насыщенности рынка СМИ Краснодарский край находится на пятом месте в России. Но, пожалуй, самым конкурентоспособным в подаче информации является радио.

Рынок радиопередач Краснодарского края представлен федеральными и региональными радиостанциями.

Федеральные – это «Русское радио», «Радио России», «Наше радио».

Региональные (филиалы федеральных радиостанций и краевые): «Европа плюс. Краснодар», «Первое радио» (бывшее «Маяк Кубани»), «Радио Рокс Регион», «Авторадио», «Радио 7: на семи холмах», «Радио 107», Радио «Кубань», «Краснодар 106 FM», «Наше время на милицейской волне», «Радио Шансон».

Причина конкурентоспособности новых радиостанций кроется не столько в общедоступности радио и оперативности подачи информации, сколько в выборе специального музыкального формата. Благодаря новому принципу вещания – информационно-развлекательному – радиостанции сформировали собственные аудитории. В результате подача информации осуществляется с учетом мироощущения и настроений каждой из них.

Например, программная политика *«Авторадио»* строится на музыкальной подборке non-stop. Sof AC – мелодии мягкие, спокойные, большое количество лирических композиций. Выпуски новостей – краткие. Помимо них дается полная и оперативная информация на дорогах, которая востребована аудиторией данного радио – автолюбителями (зачастую вне зависимости от возраста, пола и других характеристик).

Формат *«Радио 107»* представляет консервативные CHR (Contemporary Hit Padio) мелодии. В сетке вещания большое место занимают информационные выпуски и аналитические программы, отражающие имидж региона. Аудитория «кому за 30», не деловой направленности.

Формат радиостанции *«Рокс Регион»* – это Soft&Hot AC/CHR. Sof AC – мелодии более мягкие и спокойные, большое количество лирических, мелодичных композиций, минимум «агрессивной» музыки. Hot AC – прогрессивные и консервативные CHR-мелодии, более ритмичные, чем в Soft AC. К подбору музыки отношение в редакции очень серьезное: учитываются индекс популярности композиции, позиция в хит-параде, соответствие выбранному формату. Новости выходят каждый час. Подаются на качественном уровне, без «желтизны». Данное радио представляет интерес для деловой аудитории (элитной).

Формат *«Первого радио»* – современная поп-музыка, наиболее востребованная у населения, поэтому охват аудитории у данной радиостанции приобретает массовый характер. Многочисленные рейтинги подтверждают популярность радиостанции. Это дает возможность увеличивать количество информационного продукта и придавать ему имиджевую направленность. Так, информационная часть «Первого радио» – 23 выпуска программы «Первые новости». Помимо этого, ежедневно (кроме выходных) выходит в эфир информационно-аналитическая программа «Особое мнение».

Результаты исследования кубанского информационного рынка радиоуслуг позволяют сделать вывод о том, что усиливается роль краевого радиовещания в информировании местной аудитории, формировании и выражении общественного мнения в регионах. Это связано во многом с происходящим в стране процессом реальной федерализации государственного устройства. Перераспределение важных властных полномочий и обязанностей в пользу регионов привело к возникновению самостоятельной, основанной на собственных решениях и действиях, значимой для населения в его конкретной жизни политической, управленческой, экономической, социальной и иного рода региональной деятельности. На этой основе происходят и значимые изменения и в информационной деятельности внутри региона.

В целом анализ исторического развития радиовещания Кубани, сопоставление его с современными реалиями позволяет определить доминанту развития региональной системы журналистики и те тенденции развития, в которых она выражается.

Так нами было выявлено следующее:

1) история возникновения, развития и трансформации системы средств регионального радиовещания является неотъемлемой составной частью социально-исторической модели развития страны;

2) на развитие, характер, содержание и структуру средств массовой информации региона наряду с общими закономерностями развития российского общества влияют социально-экономические, политические, географические, этноконфессиональные, культурные и другие особенности региона;

3) в региональной радиожурналистике сформировался новый принцип вещания – информационно-развлекательный;

5) причина конкурентоспособности новых радиостанций кроется не столько в общедоступности радио и оперативности подачи информации, сколько в выборе специального музыкального формата.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. ГАКК,Ф – Р 1682, опись 2.
2. ГАКК, Ф-Р. 1530, опись 2, д. 269.
3. ГАКК, Ф-Р 1530, опись 2, дело 134.

Рецензент –В. В. Тулупов.
Статья принята к печати 24.08.2007.

ЗАГОЛОВКИ В ГАЗЕТАХ ПОСТСОВЕТСКОГО ПЕРИОДА В АСПЕКТЕ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ

© 2007 Е.В.Маслова, Т.Ю. Чигирина

Воронежский государственный университет

Одним из важнейших результатов развития лингвистики XX века является формирование подхода к языку как к национально-культурной ценности [7, 455]. Как результат, активизируется внимание к культурологическому фонду языка.

Большой интерес к изучению взаимодействия языка и культуры обусловлен их антропологическим характером, соотнесенностью с познавательной и коммуникативной деятельностью. Антропология сблизила науки культурологию и лингвистику, поскольку важнейшее звено между культурой и языком есть человек.

Изучение текста как феномена культуры оказалось плодотворным для выявления собственно текстовых свойств, к которым Л. Г. Бабенко относит категории интертекстуальности и прецедентных текстов [1, 67]. Данные категории отражают семиотическую природу означаемого, соотнесенность с национально-культурными фоновыми знаниями и активное включение в современный коммуникативный процесс.

Следовательно, фоновые знания лежат в основе адекватного восприятия и понимания фраз с прецедентными текстами. Под прецедентными понимаются тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, т. е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников, и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [4, 216-217]. Прецедентные тексты можно считать материальными знаками интертекстуальности.

В семантическом плане интертекстуальность рассматривается как способность текста формировать свой собственный смысл посредством ссылки на другие тексты [8, 6]. В культурологическом смысле интертекстуальность соотносима с понятием культурной традиции – семиотической памяти культуры [6, 4].

Мы полагаем, что для определения границ культурологического фонда русского языка можно использовать язык современной российской прессы, которая ориентируется на массового читателя, а следовательно, на фонд «культурных сведений или фоновых знаний, общезначимых для нации, говорящей на данном языке» [5, 26]. Согласимся с В. Г. Костомаровым в том, что «без материалов, извлеченных из газет, сейчас становится все более невозможным изучение языка в целом, определение его общих норм и актуальных стилистических разветвлений» [5, 38].

Исследования показывают, что характерной приметой языка современных российских газет является рост их интертекстуальности, т. е. возрастание частности использования в тексте других текстов. Заметим, что если прежде употребление в речи пословиц, поговорок, афоризмов, цитат было в основном направлено на украшение речи, то сейчас это осмысливается как социокультурный феномен. В последнее время тексты статей, а чаще – заголовки к ним, оказываются насыщенными множеством цитат, отсылок к другим текстам, в явном виде включенных в текст, или скрытых неявных ассоциаций, порождаемых текстом. Таким образом, излюбленным средством выразительности у журналистов стало использование текстовых реминисценций в газетных заголовках. Подобные заголовки являются активным публицистическим средством, которое позволяет с помощью определенных приемов трансформирования или переосмысления прецедентных текстов, на которые сделана реминисценция, добиваться большой выразительности и экспрессивности.

Очевидно, что для адекватного понимания реминисценций, содержащихся в современных газетах, необходим определенный уровень общекультурной и лингвокультурной эрудиции. Ведь для того, чтобы заметить прецедентный текст, особенно трансформированный, или реминисценцию на него и воспринять “эстетико-эмоциональный заряд”, нужно заранее знать его исходную форму и владеть его семантикой [2,

100]. Таким образом, реминисцентные газетные заголовки способны вызвать у читателя определенные ассоциации, апеллируя к его фоновым знаниям, а также к его чувствам и эмоциям.

Для того, чтобы определить, хотя бы в общих чертах, какие новые тенденции наметились в языковом поведении россиян в постсоветскую эпоху и что входит в общенациональный фонд культурных знаний, мы исследовали российские газеты: «Правда» (Пр.), «Комсомольская правда» (КП), «Советская Россия» (СР) и «Коммуна» (К.) за 2003 год. Подобный выбор позволил проанализировать особенности языка разноплановых изданий: центральных и местных общественно-политических, информационно-развлекательных. Исследователи отмечают, что именно на 2003 год приходится пик увлечения различными языковыми приемами и языковой игрой в СМИ.

Объектом исследования являются газетные заголовки, содержащие реминисценции на прецедентные тексты. В результате анализа было выявлено около 700 примеров использования реминисценций в заголовках газетных публикаций. Столь высокое число употребляемых реминисценций позволяет заключить, что язык современных СМИ прецедентно ориентирован. Активное их включение в тексты, с одной стороны, пополняет корпус выразительных средств языка СМИ, а с другой – они свидетельствуют о характере выбора языковых средств авторами текстов, который устремлен в сферу массовой речевой культуры общества. В известной мере они отвечают и требованиям речевой моды.

Активизировавшиеся в последние годы социальные преобразования свидетельствуют о динамике развития языка газет и его лексики. На наш взгляд, причина частотности использования прецедентных текстов при создании газетных заголовков в современной публицистике лежит не в национальном или социальном статусе адресанта, а в его «культурном весе», в желании увеличить этот вес, произвести впечатление любым путем: завышением экспрессивности высказывания (т. к. новизна сама по себе является мощным стимулом для завышенной экспрессии), либо стремлением говорить престижно и умно (адекватное восприятие заголовков с прецедентными текстами, как правило, требует у читателя определенного культурного уровня, характеризуемого так называемыми фоновыми знаниями).

Результаты проведенного анализа показали, что способами актуализации прецедентных текстов в заголовках газет являются следующие виды реминисценций (перечисляем их в порядке убывающей частотности): квазицитация (57 % от общего числа примеров), упоминание (26 %), прямая цитация (16 %) и аллюзия (9 %).

Квазицитаты, или трансформированные цитаты, представляют большое разнообразие с точки зрения того, каким изменениям они подвергались. Наиболее частый прием квазицитации – замена одного из слов цитаты на слова, связанные с содержанием газетной статьи, представляющие суть ее содержания. Так, материал под названием *«Движению все возрасты покорны»* (КП, 25 апр.) рассказывает о «Празднике движения», устроенном одной из топливных компаний, в котором приняли участие и стар и млад (ср.: *Любви все возрасты покорны* – «Евгений Онегин», А. С. Пушкин). В заголовке публикации *«Семь раз посмотри – один раз выбери»* (КП, 3 дек.), повествующей о пользе теледебатов накануне выборов, узнается пословица *“Семь раз отмерь – один раз отрежь”*. Другой пример иллюстрирует трансформацию гоголевской фразы из «Тараса Бульбы» «Я тебя породил, я тебя и убью»: *«Я тебя породил, я тебя и пристрою»* (КП, 11 июня) – заголовок материала о семейственности российской власти.

Зачастую трансформированные цитаты демонстрируют нарочитую двусмысленность (иногда с сексуальным намеком), призванную создать юмористический или иронический подтекст, причем данное явление, как правило, не связано с содержанием, темой и степенью серьезности самой публикации. Например, *«Сорокина удовлетворяет “основной инстинкт” Зюганова?»* (КП, 21 марта) – в материале с таким заголовком обсуждается новое политическое ток-шоу «Основной инстинкт» Светланы Сорокиной, с помощью которого, как полагают аналитики, в преддверии выборов сможет лишний раз «засветиться» Геннадий Зюганов. Данный заголовок, построенный на игре слов, приобретает ироническое звучание, т. к. сочетание «основной инстинкт», под которым автор подразумевает название ток-шоу, скорее, вызовет в памяти читателя популярный нашумевший фильм «Основной инстинкт» с Шерон Стоун в главной роли и связанные с ним ассоциации. Заголовок *«Чтоб “Путинг” рос и “Вертикаль” стояла»* (КП, 19 дек.) также носит юмористический характер, в котором прослеживается сексуальный намек. Вниманию читателей предложены наиболее любопытные выдержки из «Словаря современного жаргона российских политиков и журналистов».

Следует отметить, что очень широкое распространение в газетах 2003 года имеет ерническое использование клише новояза (название языка тоталитарного общества), которое состоит в публичном, печатном снижении символов через демонстративное использование их в пародийном контексте [3, 25]. Авторы помещают ходячие, широко распространенные выражения эпохи социализма в сниженный бытовой, контрастный по

семантике и стилистическому звучанию контекст, что создает резкий эффект. К примеру, известный всем лозунг «Партия сказала: "Надо!", комсомол ответил: "Есть!"» журналист КП преобразовал и получился заголовок *«Партия сказала: «Надо!» «Есть» - ответила эстрада»* к материалу о том, что перед выбором в Госдуму открылся сезон политохоты на артистов: в борьбе за электорат политики раздают партбилеты народным любимцам эстрады.

Социалистический призыв «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!» тоже не остался незамеченным газетчиками. Так, в «Коммуне» опубликован материал под названием *«Влюбленные всех стран, соединяйтесь!»,* которая посвящена Дню влюбленных, или Дню Святого Валентина.

Особый прием квазицитирования составляет синтаксическая трансформация, рассматриваемая нами как смена интонации, выражаемая на письме заменой точки на вопросительный знак. Подобные преобразования могут выполнять разные функции. Следует заметить, что синтаксическая трансформация, как правило, сочетается в заголовках с другими приемами квазицитирования. Рассмотрим это положение на конкретных примерах.

Учиться, учиться и еще раз учиться. Так завещал великий Ленин? (КП, 5 июня) – публикация, в которой представлены размышления выпускников средних школ о том, что учиться дальше вовсе не обязательно; у них нет желания получать высшее образование. (Ср.: Учиться, учиться и еще раз учиться, как завещал великий Ленин). Вопросительный знак в конце заголовка придает ему ироническое звучание.

Ленин и теперь живее всех живых? (К., 21 апр.) – в заголовке к статье о людях, которые до сих пор поклоняются Ленину и его идеям, также прослеживается доля иронии. В конце известной строки вместо точки автор статьи поставил вопросительный знак, что снизило высокий пафос В. Маяковского, присущий его стихам.

Тише едем, дальше будем? (К., 28 марта) – в материале предлагаются мнения ведущих экономистов страны относительно того, с какими темпами должна развиваться Россия, чтобы не оказаться в хвосте стран третьего мира. Используя пословицу «Тише едешь, дальше будешь» в заголовке с вопросительным знаком, автор приглашает читателя найти ответ на данный вопрос, обратившись к тексту статьи.

В хоккей играют настоящие мужчины? (Пр., 8-12 мая) – публикация о результатах матчей чемпионата мира по хоккею.

Ср.: *В хоккей играют настоящие мужчины,*
Трус не играет в хоккей («Трус не играет в хоккей», А. Пахмутова).

Поставив знак вопроса в конце строки популярной песни, автор выражает свое сомнение относительно актуальности и правдивости этого утверждения. Полагаем, что многие читатели, а особенно любители хоккея, не оставят такой заголовок и сам материал незамеченными.

Проведенный нами анализ выявил, что объектами квазицитирования выступают чаще всего пословицы, поговорки, разговорные речения, чуть реже – крылатые фразы литературных персонажей, героев фильмов, строки из стихов, песен.

Упоминание как вид реминисценции предполагает использование в заголовках газет имен авторов произведений, литературных героев, названий художественных произведений. Такой прием позволяет подключить к тексту статьи газеты ассоциативные ходы, грани смысла прецедентного текста, на который сделана реминисценция посредством упоминания. Например, материал о выставке чешских кукол, которая открылась в Театральном музее им. Бахрушина, называется *«На зависть Карабасу»* (КП, 13 нояб.). Автор, упоминая имя одного из главных персонажей произведения А. Толстого «Золотой ключик или приключения Буратино» Карабаса-Барабаса, вызывает у читателя ассоциации с отрицательной характеристикой данного образа и активизирует в памяти читателя тот факт, что Карабас-Барабас – директор кукольного театра, который охотился за необычными куклами.

В другом примере: *«Какой он, мой Лермонтов?»* (КП, 2 июля) мы видим апелляцию к концепту, базирующемуся на совокупности произведений М. Ю. Лермонтова, которые являются прецедентными для русской культуры. Статья посвящена Всероссийским литературным чтениям школьников.

Чаще всего в заголовках статей упоминаются имена Шолохова, Лермонтова, а также такие персонажи, как Дон Кихот, Айболит, Мойдодыр, Чебурашка.

Прямая цитация довольно редко встречается в заголовках современных газет, и, как правило, это стихотворные цитаты. Первое место занимают строки Пушкина, реже Некрасова, Маяковского. Довольно часто цитируют песенные строки, среди которых лидируют песни Ю. Антонова и песни советских времен (как эстрадные, так и к кинофильмам). Например, «Только в полетах живут самолеты» (Пр., 25 марта), «Любовь бывает долгою, а жизнь еще длинней» (Пр., 12-15 сент.) – строки из песен Ю. Антонова; «Идет война народная, священная война» (Пр., 12 февр.) – строки из песни А. Александрова «Священная война»; «Свет мой, зеркальце, скажи» (КП, 2 марта) – А. С. Пушкин «Сказка о мертвой царевне и семи богатырях».

Примерами аллюзии являются выражения, содержащие намек на прецедентный текст. При аллюзии содержательные ассоциации превалируют над языковыми. Так, материал о пенсионерах, которые из-за крайне тяжелых условий жизни дошли до такого отчаяния, что не желают больше жить, автор назвал *«Пенсионеры чуть не легли на рельсы»* (К., 4 апр.). Журналист совершает аллюзию на роман Л. Н. Толстого «Анна Каренина», главная героиня которого легла на рельсы под поезд, не выдержав сложившихся вокруг нее обстоятельств. В данном случае предмет общения соотносится с ситуацией, описанной в прецедентном тексте, на содержательном уровне.

На основании вышеизложенного можно заключить, что в постсоветских газетах заметно участилось построение заголовка по принципу языковой игры (прием квазицитации).

Во-первых, это связано с тем, что в демократическом обществе свобода представления информации, гарантированная государством, является основой функционирования СМИ.

Во-вторых, СМИ вышли на рынок, и читатель сегодня выбирает и покупает интересующую его информацию. Поэтому стремление любой ценой потрясти воображение читателя, привлечь его внимание к конкретным публикациям, а значит и к газете, побуждает авторов газетных заголовков наделять их, прежде всего, рекламной функцией, нередко в ущерб информативной.

Кроме того, проанализированный нами материал показывает, что диапазон прецедентных текстов, на который делают реминисценции авторы статей в заголовках, очень широк. Он включает стихотворные и прозаические цитаты, названия художественных произведений, кино- и мультфильмов, пословицы, поговорки, рекламные тексты, политические лозунги, библейские выражения. Среди заголовков с реминисценциями 90 % составляют не прецедентные тексты, являющиеся объектами родной культуры, и 10 % – прецедентные тексты иностранного происхождения (с переводом на родной язык).

Примерно с одинаковой частотностью журналисты и копирайтеры делают ссылки на произведения писателей как XIX, так и XX веков: А. С. Пушкина, Н. А. Некрасова, Н. В. Гоголя, И. С. Тургенева, А. С. Грибоедова, В. Маяковского, К. Чуковского. А среди крылатых фраз литературных героев наиболее востребованной оказалась гоголевская «Я тебя породил, я тебя и убью» из романа «Тарас Бульба», претерпевающая различные трансформации.

Что касается поэзии, то авторы текстов предпочитают прием цитации или, чаще, квазицитации стихотворных строк в заголовках статей. Одна из самых популярных строк «Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал Ленин» (В. Маяковский). Довольно часто трансформируют пушкинские и некрасовские строки.

Среди прецедентных текстов иностранного происхождения выделяются произведения Шекспира «Гамлет», Стейнбека «Зима тревоги нашей», Джером К. Джерома «Трое в лодке», С. Экзюпери «Маленький принц», Флетчер Дж., Бэйн Д. «Она написала убийство», а также исторические афоризмы Цезаря, Ювенала и некоторые другие.

Обращаясь к фольклорному фонду, можно обнаружить, что в заголовках нередко используются пословицы «Бей своих, чтоб чужие боялись», «Любишь кататься, люби и саночки возить», «На семь бед – один ответ», поговорки «Бедность – не порок», «Старость не в радость», «Беда одна не ходит», «С миру по нитке – голому рубаха» и их трансформации.

Анализ заголовков с реминисценциями на песни позволяет сделать вывод о лидерстве эстрадных песен: это произведения из репертуара звезд российской эстрады Ю. Антонова, А. Пугачевой. В четырех случаях сделана отсылка к часто исполняемой разными артистами песне «Подмосковные вечера». «Идеологические» советские песни от времен Великой Отечественной войны до комсомольских песен 70-80-х годов также часто выступают в роли прецедентных текстов в газетных заголовках. В «Правде» и «Комсомольской правде» нами отмечены отсылки к популярным песням из кинофильмов «Белое солнце пустыни», «Три мушкетера», «Ирония судьбы, или С легким паром!».

Довольно часто авторы статей делают реминисценции на кинофильмы (14 % от общего числа примеров). Среди них – популярные российские исторические ленты («В бой идут одни старики», «Холодное лето 53-го»), комедия «Бриллиантовая рука», а также мультфильмы «Бременские музыканты», «Котенок с улицы Лизюкова», «Карлсон, который живет на крыше». Встречаются фильмы, чьи названия или цитаты из которых используются в качестве прецедентных текстов по нескольку раз: «Особенности национальной охоты», «В джазе только девушки» и «Унесенные ветром». Неоднократно в заголовках сделаны отсылки и к другим кинофильмам: «Семнадцать мгновений весны», «Белое солнце пустыни».

Из «произведений» телевещания наиболее частотны в заголовках ссылки на фразы из рекламы, на названия известных телепередач (*Старые «песни» о главном* – Пр., 1-2 апр., *Кто хочет стать миллионером?* – Пр., 21-24 нояб., *Налоги не платят, а спят спокойно* – Пр., 2 окт., *Новое поколение выбирает песни* – КП, 5 сент, *Аттестат – ничто, деньги – все* – СР, 25 мая).

В редких случаях журналисты включают в заголовки реминисценции на Священное Писание

и на древнегреческую мифологию (*Иудино время* – СР, 9 сент., *Тепло в домах стало манной небесной* – Пр., 20 нояб., *Вавилонское столпотворение* – КП, 10 мая).

Частотность использования реминисценций на тот или иной прецедентный текст в газетном заголовке отражает не только определенную журналистскую моду, но, прежде всего, всеобщую известность и популярность в народе. Следует добавить, что разные газеты тяготеют к прецедентным текстам разного рода. Так, если «Правда» и «Комсомольская правда» предпочитают художественную литературу, то «Советская Россия» и «Коммуна» избирают пословицы, поговорки.

Рассмотренные примеры позволяют сделать вывод, что использование цитатных и квазицитатных заголовков служит целям языковой игры разного рода: порождает загадку, создает поэтический намек, подтекст, способствует поэтизации текста, придает ироническое, саркастическое, трагическое или иное звучание, рождает непритязательную шутку. Часто эти функции совмещаются, хотя замечено, что разновидности таких заголовков тяготеют к выполнению разных функций. Поэтические строки, как показывают проанализированные материалы, выражают общую сентенцию; политический лозунг привносит инвертированную, обычно сниженную оценку ситуации; пословицы и поговорки дают шутливую оценку с точки зрения житейского смысла.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабенко Л. Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа: Учебник для вузов / Л. Г. Бабенко. – М.: Академический Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2004. – 464 с.

2. Верещагин Е. М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М., 1983. – 269 с.

3. Земская Е. А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества / Е. А. Земская // Вопр. языкознания. – 1996. - № 3. – С. 23-31.

4. Караулов Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю. Н. Караулов // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы. Доклады советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ. – М.: Русский язык, 1986. – С. 105-126.

5. Костомаров В. Г. Языковый вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – М.: Педагогика–Пресс, 1994. – 248 с.

6. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров: Человек–текст–семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М., 1996.

7. Правда Е. А. Что говорят нам газетные заголовки-аллюзии (К вопросу о формировании культурологической компетенции при изучении русского языка) / Е. А. Правда // Русский язык. Проблемы истории, теории и методики преподавания. Сб. науч. трудов, посвящ. 30-летию Шуменского ун-та и 120-летию педагогич. образования в Шумене. – Шумен, 2002. – С. 455-461.

8. Степанов Ю. С. «Интертекст», «Интернет», «Интерсубъект» (к обоснованиям сравнительной концептологии) / Ю. С. Степанов // Известия АН. Серия литературы и языка. – Т. 60. – 2001. - № 1. – С. 3-11.

Рецензент –В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 25.07.2007.

МАССМЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ И ТЕХНОЛОГИЯ ТРАНСЛЯЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СМЫСЛОВ «ЦВЕТНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ» НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

© 2007 А.А. Меркулов

Воронежский государственный университет

Историческая реминисценция и образное восприятие мира позволяют представить масштабные картины революционного хаоса, творящегося на центральных улицах и столичных площадях прошлого. Толпы людей, координируемые отдельными личностями, устремляются по брусчатке к социальной справедливости, сметая на своем пути анахроничные условности органов государственной власти. Революции прошлых эпох пронизаны непосредственной материальной телесностью ее участников. Сведения в форме могучих слухов или едких газетных публикаций распространялись по революционному ландшафту, постепенно пожирая политически неграмотных людей, доводя их до кровавой резни гражданских войн.

Информационность бытия, присущая нынешнему миру, позволяет приобщиться к революционной динамике, не выходя из дома или не покидая рабочего места. Слушая радио-, созерцая телеприемник, попадая в паутину электронной сети, современники имеют возможность уловить аромат пестрого букета революционных цветов. Все социальное пространство пропитано политическим смыслом, благоухание которого остро ощущается в мгновения революционного романтизма. Поэтому нельзя не обратиться к явлению массмедиа, проблематизация которого так важна для научного начертания базы теоретико-методологических основ политико-конфликтологического исследования «цветной революции». При этом следует принять, что политический смысл, то есть содержание и значение, представляет собой деяния профессионалов, направленные на примирение несовместимых социальных интересов, в рамках конкретного общественного порядка. В общем и целом политический смысл представляется искусством постановочным, в некотором роде управляемым культурным спектаклем.

Как отмечает российский политолог Г. Почепцов, «инженерия протеста опирается на инструментарий, направленный на захват власти и использующий протестные настроения масс, искусственно или естественно создаваемые. Управляемость революционных процессов демонстрируют все бархатные революции последнего времени» [4; С. 9]. Данный посыл нуждается в теоретико-методологическом обосновании.

По мнению германского социолога Н. Лумана, «то, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа» [3; С. 8]. Действительно, современники предстают существами лежащими, которые встают, чтобы сменить место своего лежания перед экраном телевизионного приемника, а те, кто превращает их в объект своего исследования или манипуляции, имеют ненамного больше отличий.

Ученый замечает, что обширность знания о массмедиа не способствует увеличению доверия им как со стороны политических профессионалов, так и социальных толп. Защищаясь, в адрес массмедиа выдвигаются обвинения в политической манипуляции, однако это обвинение не влечет за собой значимых экономических последствий, поскольку знание, заимствованное у массмедиа, словно само по себе образует закрытую, саму себя подпирающую структуру. Подобное политическое знание характеризуется как сомнительное, и все-таки вынуждает на нем основываться и из него исходить все объекты массмедиа. Преодоление когнитивной проблемы не может состоять в обнаружении и критике «некоего тайного кукловода» (политического антрепренера) – как бы ни хотели в это верить социальные толпы. Таково одно из следствий функциональной дифференциации нынешних обществ на постсоветском пространстве. Перелистывая страницы или нажимая кнопки пульта дистанционного управления, можно убедиться, что все материальные носители информации демонстрируют приверженность отражению политических высказываний доверенных лиц больших социальных групп, часто в

патетической форме духовного транслирования. Нередко декларирование политических смыслов представляет собой лишь информационный повод для цветного напоминания политической фигуры о своем существовании на большой игральной доске черно-белого цвета. Кажущееся различие одного и того же тактического опредмечивания некой социально значимой идеи достигается за счет многократного ее повторения в нескольких материальных носителях.

Поэтому понятием «массмедиа» должны быть охвачены все общественные учреждения, использующие технические средства для распространения сообщений. Прежде всего – книги, журналы, газеты, изготавливаемые на печатном станке; а также результаты фото- или электронного копирования в том случае, если массовые продукты производятся ими для еще не определенных адресатов (в том числе – для целевых групп). Распространение сообщений в прямом эфире или в записи охватывается предметной областью этого понятия, если сообщения общедоступны, а не служат для персональной связи отдельных участников. Одним из технических новшеств, которое нашло свое применение в «цветных революциях» на постсоветском пространстве, должно считать сотовую связь и мобильные телефоны. Все это использовалось не только как инструментальное оснащение революционеров, но и как технический повод к социальному протесту против тех, кто сумел приобщиться к соблазнительным благам (телекоммуникационные системы) перераспределения материи и духа советской империи.

По мнению Н. Лумана, «...основная мысль состоит в том, что только машинное производство какого-либо продукта как носителя коммуникации, – а не письменность как таковая, – привело к обособлению особой системы массмедиа. Технология распространения здесь является почти таким же достижением, каким для экономики стала опосредованная функция денег: сама эта технология конструирует лишь медиум – условие возможностей для формообразований, которые затем, в этом отличаясь от самого медиума, образуют коммуникативные операции, обеспечивающие обособление и замкнутость операций системы» [3; С. 9 – 10]. Решающее значение в данном случае имеет не то, что между отправителем и адресатами политического смысла не может состояться непосредственное взаимодействие. Такое взаимодействие исключено из-за посредничества техники, что позволяет определить понятие «массмедиа», возможны и исключения, но никогда – со всеми адресатами.

Реальность массмедиа, словами Н. Лумана – «их реальная реальность», состоит в их собственных операциях: печати и вещании, чтении, просмотре передач. Бесчисленные коммуникации подготовки (печати и вещания) и обсуждения, происходящие постфактум, выступают контекстом этого процесса. Однако распространение возможно лишь на основе специальных технологий.

Естественно, что политическая коммуникация возникает лишь тогда, когда кто-то видит, слышит, читает и понимает, что здесь могла бы последовать дальнейшая коммуникация. Одно только действие, передающее сообщение, не стоит признавать коммуникацией. Но средствам массовой коммуникации (в отличие от интеракции среди персональных лиц) трудно определить актуально задействованный круг адресатов. При этом явное присутствие – физическое наличие должно в значительном объеме компенсироваться гипотезами – духовным отсутствием, особенно, когда политическое понимание и непонимание перетекают в следующую коммуникацию внутри или вне системы массмедиа.

В таком понимании деятельность массмедиа следует рассматривать не просто как последовательность операций, но как последовательность наблюдений или, точнее, как последовательность наблюдающих операций. Чтобы прийти к такому пониманию массмедиа, мы, следовательно, должны наблюдать их наблюдение. Для понимания, представленного вначале, достаточно наблюдения первого порядка, в котором речь как будто бы ведется о фактах. Для второй возможности понимания следует занять позицию наблюдателя второго порядка, словами Н. Лумана, – «наблюдателя наблюдений».

Придерживаясь этого положения, можно вести речь (всегда относительно некоего наблюдателя) о первой реальности и о второй (или наблюдаемой) реальности. Наблюдается некое удвоение реальности, которое осуществляется в наблюдаемой системе массмедиа. В ее коммуникациях, действительно, что-то политическое обсуждается. Выходит, что существует система, которая может проводить различие между самореференцией и инореференцией. Известно, что в рамках классического дискурса на тему политической истины, а также повседневных представлений о ней, интерес вызывало бы лишь то, верны ли сообщения массмедиа или нет. Или они верны лишь наполовину, а наполовину – ложны, ибо истиной «манипулируют»? Но как это установить? В отдельных случаях это было бы возможно в отношении того или иного наблюдателя и, в особенности, в отношении систем, о которых как раз сообщается. Однако для текущих политических сообщений это, естественно, исключено.

Функция системы массмедиа состоит в управлении самонаблюдением общественного

организма, – под этим подразумевается не спецификация объекта среди других, а некий способ разделить мир на систему (а именно, – общество) и внешний мир. Поэтому «реальность массмедиа» нельзя постичь, если усматривать их задачу в подготовке адекватных информаций о мире и соизмерять с этим их сбои, их искажения реальности, их манипуляции мнениями, – так, словно было бы возможно иное положение дел. В постсоветских обществах массмедиа воплощают именно такую дуальную структуру воспроизводства и информации, дуальную структуру продолжения всегда уже адаптированного аутопойезиса и когнитивной готовности к раздражающим возможностям.

На взгляд ученого, массмедийное предпочтение информации, которая, благодаря опубликованию, теряет свою ценность неожиданности, а значит, постоянно трансформируется в не-информацию, отчетливо показывает, что функция массмедиа состоит в непрерывном порождении и переработке раздражений, – а не в умножении познания, социализации или прививании нормативного конформизма. Как фактический результат этой циркулярной длительной деятельности по производству и интерпретации социальных раздражений, благодаря поступающей информации, связанной с моментом времени (то есть в качестве различия, которое производит различие), возникают описания мира, на которые ориентируются постсоветские общества внутри и вне массмедиа.

Как замечает российский политолог С. Г. Кара-Мурза, «бархатные революции» в качестве одного из главных своих этапов имеют уличное действие невооруженной толпы, как правило, в столице государства. Это – большой политический спектакль, поставленный с применением специальных технических и художественных средств. Он оказывает сильнейшее воздействие на сознание как вовлеченных в толпу людей, так и на зрителей – жителей города и значительной части населения страны, наблюдающих спектакль по телевидению. Практически, всегда эти революции становятся общемировыми спектаклями, к трансляции которых привлекаются мировые СМИ» [2; С. 76]. Возможно, публичная телесность участников революционного процесса имеет и денежно-продуктовый эквивалент, тем не менее, предыдущие политологические изыскания в области инструментальной составляющей массмедиа следует дополнить технологическим компонентом.

По мнению французского философа Ж. Бодрийяра, теории массмедиа не существует. «Революция массмедиа» до сих пор остается эмпиричной и абстрактно-мистической. Ученый выдвигает свое видение проблемы массмедиа как атрибута нынешнего общества, способствующего тотальному обмену знаками. Более того, характерной чертой массмедиа является то, что они предстают в качестве антипроводника, что они нетранзитивны, что они антикоммуникативны, – если мы примем определение коммуникации как обмена, как пространства взаимосвязи слова и ответа, а следовательно, и ответственности, – что они вовсе не обладают психологической и моральной ответственностью, но выступают в качестве личностной корреляции одной и другой стороны в процессе обмена. Иными словами, если мы определяем коммуникацию как нечто иное, нежели просто передача / прием информации, то последняя подвержена обратимости в форме обратной связи. Нынешняя структура системы массмедиа основывается на том, что она являет собой то, что навсегда табуирует ответ, что делает невозможным процесс обмена, кроме симулякра ответа. В этом состоит подлинная абстрактная мистификация массмедиа, на которой основывается материальное перераспределение и духовный контроль.

А для того, чтобы уяснить смысл коммуникативного ответа в области массмедиа, следует принять, что нечто социальное оказывается политически выраженным, и все делается таким образом, чтобы на это выражение не было получено никакого ответа, разве что символический выбор на очередной электоральной процедуре. Поэтому единственно возможная революция в этой области – как, впрочем, и «цветная революция» – есть восстановление возможности ответа. Эта простая возможность предполагает переворот во всей структуре массмедиа.

Никакой иной возможной теории или стратегии не существует. Любые попытки смягчить или ужесточить содержание, разрушить его, восстановить «прозрачность кода», контролировать процесс передачи информации, создать обратимость связей или взять контроль над массмедиа представляются безнадежными, если, словами Ж. Бодрийяра, – «не разрушена монополия слова». Разрушение монополии слова необходимо не для того, чтобы дать это слово лично каждому, но так, чтобы это слово вступило в процесс обмена. А процесс политического обмена порождает способность всякого слова быть переданным и быть возвращенным, и так, чтобы этот процесс никогда бы не смог быть прерван и воссоздан на какой-либо иной стадии политического процесса в новой политической процедуре демократического или авторитарного характера.

Как считает Ж. Бодрийяр, «в традиционном поле политики (правые или левые), там, где происходит обмен освященными моделями и

каноническим словом, массмедиа осуществляют передачу без искажения смысла. Они являются гомогенными этому самому слову, подобно тому, как они являются гомогенными обращению товара. Но ведь трансгрессия и разрушение передаются по волнам только в том случае, если они, как таковые, подвержены искусному отрицанию: превращенные в модели, нейтрализованные в знаках, они лишаются своего смысла. Не существует модели трансгрессии, прототипа, серии» [1]. Еще одним способом уничтожения трансгрессии можно считать превращение ее в убийственную политическую рекламу. Поначалу эта операция может заставить нас поверить в «сенсационные» результаты. Но на самом деле она равнозначна дезорганизации всего движения путем лишения его присущего ему импульса. Акция разрыва превратилась со временем в бюрократическую модель администрирования – в этом функциональная суть работы массмедиа.

По замечанию Г. Почепцова, – «революции и путчи сопровождают всю историю человечества. Часто они являются единственным вариантом для движения вперед. Не менее часто они завершаются ничем. Но в любом случае человечество имеет в своем арсенале инструментарий подобного интенсивного изменения действительности» [4; С. 495].

Итак, научная интуиция подсказывает, что теоретико-методологическое восприятие массмедийного кода «цветных революций» на постсоветском пространстве имеет двоякую, на первый взгляд, противоположную трактовку. Однако инструментальное (Н. Луман) и технологическое (Ж. Бодрийяр) выражения сути «цветной революции» через образные конструкты политики есть явления взаимодополняющие. Через функцию это можно выразить следующим образом: массмедиа не только внедряет политический повод к активным действиям, но и вовлекает социально-неактивные группы в «цветную революцию». В шестидесятые годы двадцатого века возникло такое явление, как теледемократия, а вот в самом начале двадцать первого века можно диагностировать появление такого политического феномена, как массмедийные революции. Если о том, что «цветные революции» на постсоветском пространстве имели место, не было бы никакой информации, то их не было бы вовсе для отдельных психических систем, тем более для обыденного сознания. Тем не менее, пусть политическое бытие переполняется иллюзией или симулякром третьего порядка. Неважно, как будет номинирована система массмедиа, имеет значение только то, что гранатовые глубины стремительных рек социальной несправедливости больше не выйдут из своих берегов, не затопят политически спокойные общества на берегах постсоветского пространства. Политическим смыслом «цветных революций» на постсоветском пространстве следует признать такой метафизический лозунг или трансцендентный девиз – не переключайте канал, оставайтесь с нами!

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Реквием по массмедиа / Ж. Бодрийяр // http://sociologos.narod.ru/textes

2. Кара-Мурза С. Г. Экспорт революции. Ющенко, Саакашвили... / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Изд-во Алгоритм, 2005. – 528 с.

3. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с. – (Серия «Образ общества»).

4. Почепцов Г. Революция.com. Основы протестной инженерии / Г. Почепцов. – М.: Издательство «Европа», 2005. – 532 с. – (Технологии)

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 14.09.2007.

КОНЦЕПТ «СТОЛИЦА» КАК ОСНОВАНИЕ ДЛЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ

(на материале пермских печатных СМИ)

© 2007 И.М. Печищев

Пермский государственный университет

В нашем исследовании мы обратились к актуальной сегодня проблеме конструирования образа территории в печатных СМИ. Очевидно, что ее возникновение обусловлено экономическими предпосылками, такими как конкуренция между российскими регионами, привлечение и удержание рабочей силы и т. д. [5]. В настоящий момент необходимость конструирования и трансляции положительного образа территории осознана на официальном уровне и ставится как политическая задача в российских регионах и на общероссийском уровне.

Конструирование образа региона мы рассматриваем как осознанный процесс, обусловленный интенцией создания положительного образа территории. Образ территории в СМИ становится «упрощенным обобщением большого числа ассоциаций и кусков информации... продуктом ума, пытающегося обработать и выбрать существенную информацию из громадных объемов сведений о месте» [5, 205]. Регулярное упоминание в СМИ региона в определенном контексте обуславливает возникновение образа. В итоге он представляет собой «совокупность ярких, характерных сосредоточенных знаков, символов, ключевых представлений» [3, 48] и может быть сформулирован в виде краткой и понятной для аудитории СМИ фразы. Так, например, СМИ используют стереотипные представления о городах и регионах, воплощенные в устойчивых выражениях: «Санкт-Петербург – северная столица (или северная Венеция)», «Иваново – город невест» и т. п., что повышает эффективность воздействия журналистского материала.

Анализ контекстов упоминания региона в публикациях печатных СМИ позволяет выявить области концентрации однородных характеристик или представлений. Они объединяются вокруг одного – «ключевого» – представления и в единстве формируют образ территории. Ключевое представление становится тем ядром, «вокруг которого наслаиваются все новые и новые семантические признаки, слои, кванты знания» [7, 132]. Иными словами, в текстах СМИ возникает концепт, характеризующий территорию. Он появляется как «своего рода совокупность смыслов» [2, 56] в процессе «построения информации об объектах и их свойствах», включая «сведения об объективном положении дел в мире» [6, 11].

Так, по нашим наблюдениям, город Пермь как центр Пермского края уже длительное время «претендует» на статус столицы Урала. Средства массовой информации актуализируют столичные амбиции Перми. Обратившись к газетной периодике, мы обнаружили в ней регулярное обращение к этой теме. Иными словами, в газетных публикациях реализуется концепт, связанный с представлением о регионе или областном центре как столице. Это концепт «столица».

Понимание концепта вариативно в современной лингвистике. В своем исследовании мы опираемся на работы лингвокультурологов В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина, Ю. С. Степанова [см., напр.: 4; 10; 12]. Согласно им, концепт многомерен, он имеет три измерения – понятийное, образное и ценностное [4]. Понятийная сторона концепта включает в себя элементы повседневного и научного знания, стереотипные и прототипические структуры. Образная сторона – внутренние формы языковых единиц и образы, закрепленные в авторских или фольклорных прецедентных текстах. Наконец, ценностная сторона включает в себя аспекты оценочности и актуальности [10, 30-31].

Содержательным минимумом концепта можно считать словарное определение его ядра, закрепленное за соответствующей словесной единицей. Согласно БАС, столица имеет четыре значения: (1) «главный город, административно-политический центр государства», (2) «какой-л. город, село как центр какой-л. области, края, местности», (3) «какой-л. город как центр, место сосредоточения кого-л., чего-л.», (4) «символ чего-л. передового, культурного, образованного» [8, 926]. МАС предлагает только первые два из указанных значений [9, 272]. Современный толковый словарь русского языка с пометой «публицистическое» приводит

значение: «город, являющийся центром чего-л. (края, области, места сосредоточения чего-л., кого-л.)» [11, 656], объединяющее по смыслу указанные выше (2) и (3).

Отбросим значения (1) и (2) как недостижимое и, напротив, существующее. Значения (3) и (4), очевидно, метафоричны. Это указывает нам, что они могут стать ядром концепта, т. к. именно когнитивная метафора фиксируется в образной стороне концепта и поддерживает его в языковом сознании [1, 81]. В человеческом сознании объективное значение концепта будет значительно шире содержательного минимума, закрепленного в словаре. Этот минимум будет конкретизироваться, прагматизироваться, ценностно окрашиваться. Например, как пишет газета «Вечерняя Пермь» (23.12.2004), *«теперь столицей называют главный город страны, где расположены все ведущие институты власти, где самый высокий в стране политический, социальный и культурный рейтинг»*. Автор публикации здесь «оставляет шанс» региональным центрам получить статус столицы благодаря высокому рейтингу – политическому, социальному или культурному.

Эмпирической базой нашего исследования стали публикации девяти ведущих изданий Прикамья за последнее десятилетие (1996-2006 гг.): общественно-политические – «Вечерняя Пермь», «Звезда», «Местное время», «Комсомольская правда–Пермь», «Пермские новости», «Пермский обозреватель», «Пермский край»; деловые – «Business-Class», «Деловое Прикамье», «Новый компаньон». Методика отбора материалов представляла собой анализ содержимого газетных статей, при котором в выборку попадали тексты, содержащие упоминания Пермского края в контексте концепта «столица».

Рассмотрим, как в газетной публикации реализуется концепт «столица»: *«У Перми в смысле столичности тоже есть свои амбиции. И хотя исторически Пермью Великой называли Чердынь, впоследствии центром огромной провинции России была определена именно Пермь...»*. В этом фрагменте публикации можно наблюдать и заявку на статус столицы, и констатацию исторического факта, который как научное знание относится к понятийной стороне концепта. *«Сегодня все, вдруг “проснувшись”, вспомнили, что Европа начинается именно с Перми, что наш город всегда был и остается воротами в Сибирь»*. Эта часть публикации создает образ Перми как «первого [восточного] города в Европе» и «ворот в Сибирь», формируя образную сторону концепта. *«Эта двуликость, как и особые географические условия и интересная история, как и огромные богатства края и его замечательные люди, – все выдвигает Пермь в число супергородов России...»* (“Вечерняя Пермь”, 23.12.2004). Оценочные эпитеты в этом фрагменте относятся к ценностной стороне концепта. Она является определяющей для того, чтобы концепт можно было выделить [4, 5]. Таким образом, концепт «столица» реализуется в пермской периодике и формирует образ Пермского края.

Содержание концепта может расширяться за счет «слоев» [12; 13] или «ассоциативных векторов» [4], иными словами – дополнительных значений. Так, концепт «столица» в отношении Перми расширяет содержание за счет значений «Пермь – столица Урала» и «Пермь – культурная столица».

Борьба за звание столицы Урала между Пермью и Екатеринбургом имеет исторические корни. В интервью газете «Business-Class» (22.05.2006) вице-губернатор Пермской области Николай Бухвалов формулирует «пермское видение» истории: *«Исторически Пермский край находится в выгодном географическом положении. Освоение Урала и Сибири шло через Пермь... Расположение Пермского края веками давало стимул к развитию территории... К началу XXI века мы подошли, ощутимо проигрывая уже не только Екатеринбургу, но и Татарии, Башкирии...»* Приведенная цитата является важной для понимания функционирования концепта «столица» в значении «Пермь – столица Урала». В данной цитате – все истоки сегодняшних амбиций пермяков, истоки соперничества с Екатеринбургом, который *«сам присвоил себе титул столицы Урала»* (“Вечерняя Пермь”, 23.12.2004) и *«как известно, одно время входил в состав Пермской губернии...»* (“Пермские новости”, 22.12.2000).

В целом в реализации концепта «столица» в значении «Пермь – столица Урала» можно выделить два варианта. К первому относится использование концепта при сравнении Перми и Екатеринбурга и нередкое обращение при этом к истории: *«Вот Екатеринбург, к примеру, считается неофициальной столицей Урала, хотя пермяки помнят, что этот город некогда входил в состав Пермской губернии, о чем порой и напоминают соседям»* (“Новый компаньон”, 12.10.1999). Очевидно, что в данном проявлении концепта тексты носят особенную эмоциональную окраску. Соперничество регионов привносит особый смысл «столичности». Здесь «столица» не столько искомый статус, сколько потерянный и в определенным смысле несправедливо «присвоенный» соседним регионом. Представления о Перми Великой, составляющие образную сторону концепта, диссонируют с современной ситуацией. Отсюда – и обращение к истории, и экспрессия.

Для сравнения отметим, что нередко в пермской периодике словосочетание «столица Урала» используют и в отношении Екатеринбурга, при этом, по нашим наблюдениям, экспрессия в тексте не проявляется. Использование фразы «столица Урала» в отношении Екатеринбурга продиктовано лишь желанием автора публикации избежать повторов: *«На рынок Екатеринбурга, по словам экспертов, выходили все крупные пермские игроки, однако никто*

в столице Урала пока не удержался из-за сильной конкуренции и высоких входных бонусов...» ("Business-Class", 06.03.2006).

Ко второму варианту реализации концепта «столица» в значении «Пермь – столица Урала» отнесем прямое указание на Пермь как столицу Урала: *«По мнению специалистов, Пермь не отличается особой погоней за модными тенденциями. В этом направлении столица Урала достаточно консервативна в отличие от Москвы и Санкт-Петербурга...»* ("Business-Class", 15.08.2005). Как вариант, Пермь в СМИ называют «столицей Западного Урала»: *«И столица Западного Урала, и Кунгур столкнулись с похожей проблемой – муниципальные власти обоих городов выступили с идеей ликвидации торговых площадей в центре города»* ("Пермский обозреватель", 18.08.2003). Заметим, что словосочетание «столица Западного Урала» как синоним города Перми, по нашим наблюдениям, регулярно звучит в эфире пермских радиостанций и телекомпаний.

В пермской газетной периодике и в бытовом общении пермяков часто звучит мысль об особой культурной среде Прикамья. Вероятно, отчасти это связано с тем, что *«Пермский и Мариинский театры связала Великая Отечественная война... Эвакуированные из города на Неве артисты прожили у нас без малого четыре года, и эти "Ленинградские сезоны" подняли планку культуры уральцев на столичный уровень...»* ("Вечерняя Пермь", 20.01.2005).

Концепт «столица» в значении «Пермь – культурная столица» проявляется в пермских СМИ наиболее ярко и полно. Причиной этому, в частности, могут быть «количественные характеристики»: *«Шесть театров, пять музеев, три выставочных зала, Институт культуры, хореографическое училище, филиал Академии живописи, ваяния и зодчества, множество музыкальных школ и капелла мальчиков... членов Союза писателей России в Перми 37 человек... Можно сказать, что Пермь по праву считается одним из наиболее культурных городов страны»* ("Пермские новости", 14.04.2006). Безусловно, культурная сфера города – предмет гордости пермяков. Это и проявляется в публикациях СМИ. Достижения в области культуры позволяют авторам публикаций в печатных СМИ отмечать «как бы между делом», что *«Пермь, по сути, культурная столица Урала, и политическая активность пермяков также на высоком уровне»* ("Звезда", 25.10.2003), а чиновникам – делать громкие заявления: *«Кириенко все время нас хвалил, называл Пермь культурной столицей Приволжского округа. Это было приятно...»* ("Звезда", 18.07.2000).

Концепт «столица» в значении «Пермь – культурная столица» отличается сопряженностью с конкретными пермскими деятелями и учреждениями культуры. Некоторые из них в прессе называют «пермскими культурными брендами». Успехи и достижения пермских деятелей культуры, безусловно, формируют имидж Прикамья, вызывают чувство гордости за регион у его жителей.

Один из имиджеобразующих символов в данной сфере – пермский балет. Как сказано в одном из заголовков газет, *«Пермь официально признана третьей столицей российского балета»* («Новый компаньон", 11.03.2003), и у пермяков нет оснований этому не верить (в тексте под заголовком говорилось о победе представителей пермского балета на всероссийском конкурсе). *«Никто не станет спорить, что Пермь – город особой театральной традиции, со своей балетной школой...»*, – говорит директор Пермской художественной галереи Надежда Беляева ("Пермские новости", 14.04.2006). Вторит ей звезда российского балета Николай Цискаридзе: *«Пермь является таким же Третьим Римом в российском балете, как Москва в православной цивилизации»* ("Пермские новости", 14.04.2006).

Официальные лица не остаются в стороне от констатации «столичности» региона в области культуры. Так, Олег Чиркунов, и.о. губернатора Пермской области, на открытии фестиваля «Дягилевские сезоны» заявил: *«Прикамье – экономически сильный регион, и мы гордимся этим. Но мы не были бы такими, если бы не стремились быть культурной столицей. И я думаю, что фестиваль "Дягилевские сезоны: Пермь – С.-Петербург – Париж" – это жемчужина в короне культурной столицы страны, каковой мы стараемся быть...»* ("Местное время", 18.05.2005). Разумеется, постановка Перми в один ряд с безусловными культурными столицами Санкт-Петербургом и Парижем только усиливает значимость Прикамья и является яркой характеристикой, относящейся к ценностной стороне концепта.

Концепт «столица» в значении «Пермь – культурная столица» принял новые очертания в связи с участием Прикамья в проекте Приволжского федерального округа (ПФО) «Культурная столица Поволжья». С конца 2004 до окончания 2006 г. в печатных СМИ довольно часто появлялись публикации, связанные с подготовкой, а потом и проведением мероприятий в рамках культурного проекта. Небольшие информационные заметки и репортажи, интервью и аналитические обзоры сопровождали проведение проекта и при этом формировали образ Прикамья, образ «культурной столицы». Эта фраза многократно повторялась в газетах, на радио и телевидении, в наружной рекламе. В период с начала сентября 2004 по конец декабря 2006 г. мы выделили 254 публикации, в которых Пермь или Пермский край упоминались как «культурная столица Поволжья».

В газетах результаты культурного проекта оценивали более чем положительно: *«Прикамье сделало очередной шаг к укреплению имиджа региона»* ("Комсомольская правда–Пермь" , 19.11.2004). *«Проект "Культурная столица" должен стать началом серьез-*

ного процесса переосмысления роли Перми в масштабе России и Европы» ("Вечерняя Пермь", 23.12.2004), *«Это важное мероприятие для имиджа, с хорошим эмоциональным фоном...»* ("Новый компаньон", 06.09.2005). В результате участия региона в проекте ПФО ценностная сторона концепта «столица» в значении «Пермь – культурная столица» проявилась наиболее ярко. Культурную сферу Перми и Пермского края оценили в масштабах федерального округа и страны. Таким образом, в концепте «столица» реализовался аспект актуальности [10, 30], который проявляется в частотности употребления языковых единиц в реальной коммуникации.

Не каждый текст, связанный с культурным проектом, содержит полную формулировку статуса Перми – «культурная столица Поволжья», во многих используется лишь часть – «культурная столица». Это, на наш взгляд, связано с выводом статусного словосочетания, обозначающего участника проекта, за пределы номинального названия в смысловое поле концепта «столица». Таким образом, звание «Культурной столицы Поволжья», которого каждый год в Приволжском федеральном округе удостаивается отдельный регион, в пермских СМИ лишается статусной привязки и становится одной из характеристик региона.

В целом можно наблюдать определенную эволюцию функционирования концепта «столица» в значении «культурная столица». Публикации 1996–2004 гг., содержащие концепт, практически не включали в себя критику, а, напротив, с известной долей экспрессии описывали регион и его центр – Пермь – как культурную столицу.

Начиная с 2004 г., когда стало известно об участии Перми в программе Приволжского федерального округа, в прессе значительно увеличилось число упоминаний Перми в контексте «культурной столицы». Количество публикаций, содержащих концепт, достигло своего максимума в 2006 г., когда Пермь официально обрела статус «Культурная столица Поволжья». В то же время начали появляться материалы, критикующие актуальные проблемы региона с позиции культурной столицы. По нашим наблюдениям, в данных публикациях начальная установка автора или отправная точка для критики заключается в том, что Пермь без оговорок и метафор – культурная столица. Например, в материалах СМИ обсуждается плачевное состояние учреждений культуры *в культурной столице* или строительная эклектика и мертвый сезон в сфере строительства *в культурной столице*.

Таким образом, мы констатируем использование концепта «столица» для конструирования образа региона в пермских печатных СМИ. Концепт реализуется в двух значениях: «Пермь – столица Урала» и «Пермь – культурная столица». В настоящее время наблюдается активный процесс расширения содержания концепта, поэтому исследования в этой области остаются актуальными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воркачев С. Г. Методологические основания лингвоконцептологии / С. Г. Воркачев // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Воронеж: ВГТУ, 2002. – Вып. 3. – С. 79-95.

2. Грузберг Л. А. Концепт, или Отчего Америка – концепт, а Финляндия – нет? / Л. А. Грузберг // Филолог. – 2002. - №1 . – С. 56-58.

3. Замятин Д. Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов / Д. Н. Замятин. – СПб.: Алетейя, 2003.

4. Карасик В. И. О категориях лингвокультурологии / В. И. Карасик // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. – Волгоград: Перемена, 2001. – С. 3-16.

5. Котлер Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер и др. – СПб.: Стокгольм. шк. эконом., 2005.

6. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Русский язык, 1999.

7. Попова З. Д. Концептуальная природа абстрактных понятий / З. Д. Попова // Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2003. - № 1. – С. 132-141.

8. Словарь современного русского литературного языка. – М.-Л., 1948-1964. – Т. 14.

9. Словарь русского языка / Под. ред. А. П. Евгеньевой. – М., 1981-1984. – Т.4.

10. Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как системное образование / Г. Г. Слышкин // Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2004. - № 1. – С. 29-34.

11. Современный толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб., 2001.

12. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997.

13. Стернин И. А. Методика исследования структуры концепта / И. А. Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 58-65.

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 30.07.2006.

ФИНАНСИАЛИЗАЦИЯ КАПИТАЛИЗМА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МЕДИАСЕКТОР

© 2007 В.И. Сапунов

Воронежский государственный университет

Неолиберальная теория глобализации предоставляет мощное идеологическое прикрытие агрессивности современного капитала. Думается, она способствует продвижению его классовых интересов, что, в свою очередь, ведет к появлению неолиберальных медиастратегий, направленных на конвергенцию различных подразделений масс-медиа не только для достижения коммерческих целей, но и для создания оптимальных условий доминирования капитала. Для наиболее рельефной характеристики современных глобальных процессов в медиасфере выделим финансиализацию капитализма как один из ключевых (наряду с усиливающейся репрессивностью трудового законодательства, ростом социального неравенства и интенсификацией экспансионизма крупных капиталистических стран) политэкономических параметров неолиберальной глобализации.

Современные медиапроцессы развиваются в условиях глобальной, финансово- спекулятивной экономики, которая, согласно классификации австрийского экономиста Э.Манделя, является третьей стадией развития капитализма. Первыми двумя были рыночно-конкурентная и монопольно-империалистическая [1]. Каждая из этих стадий диалектически продолжает предыдущие, синтезируя их важнейшие черты [2]. Последние 30 лет прошлого и начало двадцать первого века характеризуются переходом капитализма из второй стадии в третью. Этот процесс происходит в результате отсутствия ценовой конкуренции в самых высокоразвитых отраслях промышленности, в условиях «олигархической» конкуренции (Й.Шумпетер использовал термин «взаимоучитываемость») [3]. В 2002 году в разгар дебатов о смягчении антимонопольного законодательства глава Федеральной комиссии по коммуникациям М.Пауэлл заявил, что «сама по себе монополия в США не является незаконной» [4]. Отметив, что полная монополия была бы «проблематичной с точки зрения закона», он охарактеризовал дуополию на американском рынке спутникового телевидения (провайдеров ДиректТВ и Дишес Нетуорк) как «вибрирующий конкурирующий рынок», ясно обозначив приоритеты ФСС по дальнейшему дерегулированию американского рынка телекоммуникаций.

«Ценовые войны» в медиасфере, столь характерные для рубежа XIX-XX веков (например, между газетами Херста и Пулитцера), также уходят в прошлое. Последний пример ценовой конкуренции приходится на первую половину 90-х годов (между Таймс и Дейли Телеграф). Реальная конкуренция ограничена лишь сферами инноваций, удешевляющих производство, и маркетинга, при этом важно отметить, что дешевеют не технологии, а линии технологий, что дает изначальное преимущество в использовании инноваций богатым слоям населения.

Но в основном, если корпорации несут убытки, то отвечают на них не понижением цен, а «сокращением расходов» — закрытием предприятий и увольнениями сотрудников, чтобы сохранить показатели прибыли. Повышение производительности также в основном ведет не к понижению цен или повышению зарплат, а к перераспределению излишков между высшими руководителями и главными инвесторами корпораций. Эти излишки не используются для эффективных и целенаправленных инвестиций.

Именно это стало главной причиной перехода капитализма в третью стадию — финансово-спекулятивный сектор дал возможность абсорбировать гигантские реальные и потенциальные накопления, образовавшиеся в капиталистической экономике в 70-е годы, и это помогло избежать обесценивания капитала. Финансовая сфера с готовностью приняла такое перераспределение ресурсов, ответив на него появлением огромного количества новых операционных инструментов: фьючерсных и форвардных контрактов, опционов, хеджинговых фондов, деривативов и тому подобного. Поощрение спекуляций выражалось и в правительственных гарантиях от неудач, кото-

рые могли компенсироваться политикой создания привилегированных условий для инвесторов или аккумулирования долгов развивающихся стран в частных банках [5].

На смену реальной конкуренции приходит виртуальная, связанная с игрой инвесторов на финансовых рынках. Инвесторы, которых интересует лишь быстрая прибыль, оценивают показатели корпораций и «наказывают» их за любые временные неудачи. Иллюстративным примером такого «наказания» в медиасфере могут послужить компании Рейтер и Яху, чьи акции упали на 23% и 13% соответственно в течение одного дня (16.10.2002 и 18.01.2006). Поводом для обрушения акций в случае с Яху стал отчет интернет-компании за четвертый квартал 2005 года, в котором говорилось, что компания почти удвоила свою прибыль. Однако это сообщение не обрадовало инвесторов, ожидавших от Яху большего. Больше того, падение акций Яху негативно отразилось и на его ближайшем конкуренте — компании Гугл, чьи акции упали в цене на 3,5 процентов. То есть квартальный отчет Яху, ставший первым среди крупных интернет-компаний явился своеобразным эталоном для ожиданий инвесторов [6].

Постоянный стресс и боязнь «впасть в немилость рынка» диктуют формирование внутрикорпоративной структуры, основанной на «войне всех против всех». Таким образом неолиберальный сценарий реализуется не только на макро -, но и на микроуровне. Главной причиной негативной динамики реального уровня безработицы в западных странах (с учетом временно занятых; отказавшихся от поиска работы и желающих изменить место работы) стоит считать именно финансово-спекулятивный характер современной экономики и ее реструктуризацию. Если раньше банки выполняли функцию заемных фондов, то сейчас они сами берут кредиты, создавая большие долги на деньгах, которые сами взяли в долг у вкладчиков. Банки и финансовые компании группируют занятые деньги и продают их хеджинговым фондам или другим институциональным инвесторам, получая за это комиссионные. По данным Бизнес Уик, сейчас финансовые компании получают от комиссионных 42% доходов, 58% приходятся на проценты. В 80-е годы эти показатели составляли 20 и 80 процентов соответственно [7].

В отличие от традиционных промышленных кредитов, такие кредиты, предназначенные для спекуляций, не оказывают значительного стимулирующего влияния на экономику, так как спекулятивные операции не требуют ни производственных мощностей, ни большого количества занятых. Прибыли, полученные от таких операций, редко инвестируются в промышленность или даже сферу услуг, что могло бы дать возможность для увеличения рабочих мест, а используются для дальнейших спекулятивных трансакций или непроизводительного потребления.

Несмотря на то, что финансовый сектор теоретики называют фиктивным — в котором «не создаются ни материальные, ни культурные ценноости, фиктивным его можно называть скорее в социокультурном контексте, так как экономически финансовый капитал уже заявил о себе как о механизме накопления не менее реальном, чем другие, особенно учитывая его потенциал самовоспроизводства путем аккумулирования инвестиций [8].

Общемировой показатель акций вырос с 18 миллиардов в день в 1977 году до 1,8 триллионов в 2006. Это означает, что каждые 24 дня в финансовом секторе обращается сумма, равная общемировому ВВП. Ежедневный объем валютных трансакций увеличился с 570 миллиардов долларов в 1989 году до 2,7 триллионов в 2006 [9]. Еще более впечатляющим является рынок деривативных операций, абсолютная стоимость которых (уже совершенных и еще открытых сделок) составила в июне 2006 года 283 триллионов долларов — в 6 раз больше, чем общая ежегодная стоимость всех товаров и услуг в мире [10]. В информационных сетях Рейтер ежесекундно обновляется информация о 2 тысячах котировок, торговые терминалы Блумберг ежедневно работают с 2 миллионами акций [11].

Финансово-информационные компании, такие как Рейтер или Блумберг внесли огромный вклад в развитие инфраструктуры финансово-спекулятивных операций. Сейчас можно говорить о том, что они не только собирают и поставляют потребителям финансовые сведения, но и с помощью своих операционных систем и торговых терминалов организуют работу финансового сектора, в частности с помощью продаж клиентам биржевых позиций и доступа к информационным рынкам. При этом финансово-информационные агентства стремятся максимально интегрировать свои информационные системы и предоставить клиентам максимальный объем сведений и аналитических данных, чтобы отбить у них желание обращаться к конкурентам агентств [12].

Реальность финансового сектора подтверждается и его ростом за счет нефинансовых корпораций, которые получают значительную часть доходов от своих ценных бумаг на биржах. Скажем, Дженерал Моторз, ежегодно несущая потери от продаж машин, заработала в 2004 году около 2,9 миллиардов долларов на финансовых операциях [13]. Интересно, что именно медиакорпорации регулярно становятся «локомотивами» повышения рейтинга Стандарт энд Пур 500 (S&P 500), охватывающего 80% ценных бумаг на Нью-Йоркской фондовой бирже.

Например, в конце 2006 года первые два места по темпам роста заняли Комкаст и Уолт Дисней. В марте 2006 года S&P 500 приняло решение о включении в свой фондовый индекс компании Гугл вместо британской нефтегазовой Берлингтон Ресорсес, признав его финансовые заслуги [14].Для газетных холдингов финансиализация капитализма, в основном, приносит проблемы. Главная тенденция последних лет для них — стагнация, а часто и снижение стоимости акций, что делает газетные концерны, осуществившие размещение акций на бирже (IPO), наиболее уязвимыми компонентами медиасектора для финансовых спекулянтов.То есть речь идет не только о росте финансового сектора, как такового, а о приобретении ключевых характеристик финансового рынка другими секторами экономики, в том числе медиасферой, о жесткой вплетенности последней в финансово-спекулятивные отношения. В этом суть финансиализации капитализма [15].

Главная тенденция финансового сектора последних десяти лет — скупка традиционных корпораций частными инвестиционными фондами, особенно этот процесс интенсифицировался в последние 3 года. По данным журнала Экономист с 2003 по 2006 годы общая стоимость таких операций увеличилась с примерно 150 миллиардов долларов до приблизительно 450 миллиардов. На начало 2007 года в мире насчитывается около 2700 частных инвестиционных фондов, управляющих активами в 500 миллиардов долларов [16].Покупка обычно осуществляется с помощью «рычаговых» контрактов с внушительной кредитной линией. Инвестиционные фонды (крупнейшими в мире являются KKP, Блэкстоун, Карлайл и Риверстоун) платят четверть — максимум треть необходимой суммы, занимая остальные средства, часто у собственных инвесторов [17].Затем, после улучшения показателей корпорации она снова продается по значительно более высокой цене.

Методы управления новых менеджеров являются еще более жесткими, так как еще больше повышается риск для корпорации, соответственно интенсифицируются «сокращения расходов». Сами корпорации реагируют на это по-разному. Одни идут на сделку, сохраняя менеджерские должности при новых хозяевах и получая прибыль от последующей продажи ими корпорации. Другие яростно сопротивляются инвестиционным фондам, вплоть до тактики «долгового менеджмента» — намеренного обременения менеджерами своей компании долгами, чтобы отбить потенциальную спекулятивную атаку на финансовом рынке.

Тенденция покупки традиционных корпораций финансово-спекулятивным капиталом оказывает всевозрастающее влияние на медиасектор, в котором по этой причине происходит существенный переток капитала. Блэкстоун уже имеет долю в Дойче Телеком и издательстве Хьютон, KKP в издательстве Праймедиа, Сит Пэйджин в Телеком Италия. Попали под контроль частных инвестиционных фондов испаноязычная телекорпорация Унивисьон и журнальная группа Ви-Эн-Ю в США. С другой стороны, попытки инвестиционных фондов захватить в 2006 году Кэйбл Вижн — американского медиагиганта в сфере кабельного телевидения провалились из-за протеста акционеров, посчитавших, что от сделки выиграют только менеджеры их корпорации.

Акционеры Клиар Чэннел по той же причине сопротивлялись покупке крупнейшей радиосети США консорциумом, созданным Блэкстоун, Карлайл и KKP, в течение всего 2006 года, однако в ноябре согласились продать ее за большую сумму (18,7 миллиарда долларов) двум другим фондам — Томас Ли партнерс и Бэйн Капитал партнерс. Чтобы избежать атаки спекулянтов, менеджеры корпорации Кокс Коммьюникейшнз осуществили делистинг — выкупили акции у публичных инвесторов, а владельцы Бертельсман отказались от IPO пакета своих акций.

Последствия интереса спекулятивного капитала к медиагруппам не заставляют себя ждать. Новые владельцы Клиар Чэннел объявили, что продают все 42 телестанции, принадлежащие компании, и 448 радиостанций в рамках «пакета жестких мер» [18],другие его составляющие пока неизвестны. Ярким примером является и уничтожение одного из символов американского газетного бизнеса — концерна Найт-Риддер, совокупные тиражи изданий которого занимали второе место в США. В 2005 году группа инвестиционных фондов, завладев значительной частью холдинга компании, добилась ее распродажи по частям с целью улучшить свое финансовое положение. Большая часть активов Найт-Риддер перешла к Маклатчи компани, которая, превратившись в крупнейшую издательскую корпорацию в США, в свою очередь продала в 2006 году газету Миннеаполис Стар-Трибюн частному паевому фонду Ависта Капитал.

Еще один вариант улучшения финансового положения акционеров — продажа активов компании более крупной медиамонополии. Так, в 2005 году инвесторы — миноритарные акционеры кабельного холдинга Адельфия добились перехода его активов под контроль Тайм-Уорнер и Комкаст. В том же году онлайновый рекламный ресурс Даблклик был продан инвестиционным фондам Хелманн & Фридман и Джей-Эм-Ай за 1,1 миллиарда долларов, которые в апреле 2007 года продали его компании Гугл за 3,1 миллиарда [19].

Отмечаются и случаи консолидации усилий

традиционных медиаконцернов со спекулятивным капиталом для покупок, требующих значительных вложений. В частности, британская медиагруппа Индепендент Ньюз энд Медиа в январе 2007 года создала консорциум с Провиденс Эквити и Карлайл групп для приобретения австралийского медиаконгломерата Эй-Пи-Эн Ньюз энд Медиа [20], выпускающего около 100 газет в Австралии и Новой Зеландии (в том числе Нью-Зиланд Геральд) и специализирующегося, помимо того, в сферах радио и наружной рекламы.

В целом финансиализация капитализма ведет к еще большей консолидации и монополизации медиакапитала. Отдельные примеры расщепления диверсифицированных концернов, самым показательным из которых является выделение Си-Би-Эс из Вайаком в качестве самостоятельного холдинга с целью удовлетворить потребность инвесторов в более высоких дивидендах, выглядят не более чем экспериментами и не могут опровергнуть общей тенденции. Выделим пять причин интенсификации монополизации капитала в медиасекторе в связи с финансиализацией капитализма:

1. Риски «вибраций» финансового рынка. Вибрации финансово-спекулятивного рынка значительно увеличивают возможности получения быстрых прибылей. Спекулятивные операции позволяют быстро поднять биржевые позиции до сумм, примерно в 200 раз превышающих вложенные. Однако в случае неудачи потери также могут быть в 200 раз больше.21

2. Освобождение гигантских средств в результате финансово-спекулятивных операций. Огромные суммы, получаемые медиагруппами от финансово-спекулятивных операций, позволяют осуществлять все новые приобретения. Так, агрессивная политика Гугл на интернет-рынке объясняется рекордной суммой свободных средств, которыми компания обладала на начало 2007 года (11,2 миллиарда долларов), прежде всего за счет операций на фондовых биржах. Медиаконцерны делают все новые приобретения в том числе, чтобы избежать кризиса перенакопления и «переинвестирования». Миноритарные акционеры часто видят индивидуальную выгоду в переходе под контроль медиагигантов (как в случае с продажей кабельного холдинга Адельфия Тайм-Уорнер).

3. Ужесточение медиаменеджмента. Финансиализация капитализма ведет к ужесточению медиаменеджмента, особенно при кризисных явлениях. Кризис на рынке интернет-технологий резко уменьшил самостоятельность интернет-индустрии в сфере оригинальных журналистских материалов и интенсифицировал структурную конвергенцию в ней

4. Перепродажа инвестиционными фондами акционерных обществ крупному капиталу. Частные инвестиционные фонды в результате спекулятивных менеджерских операций с медиагруппами, резко увеличивают их стоимость и перепродают крупному капиталу (приобретение Гугл ресурса Даблклик). Распродажа компаний по частям инвестиционными фондами также не снимает проблемы монополизации, так как активы перекупаются конкурирующим монопольным капиталом (например, активов Найт-Риддер группой Маклатчи).

5. Объединение усилий традиционного медиакапитала и инвестиционных фондов. Инвестиционные фонды объединяются с традиционным медиакапиталом в консорциумы для приобретения крупных медиагрупп (например, австралийской Эй-Пи-Эн Ньюз энд Медиа).

Эти причины дают возможность говорить о том, что финансиализация капитализма становится ключевым фактором политической экономии современного медиасектора. Более того, практически при любом слиянии медийных компаний, ориентированных на финансовый сектор, наблюдается синергетика тенденций монополизации и финансиализации. В таких сделках, апофеозом которых может стать слияние Рейтер и Томсон, очевидные монопольные преимущества, получаемые компаниями, соединяются с прибылями спекулятивного капитала от продажи каждой акции в совокупности с его потенциальными динамическими прибылями при приобретении части акций поглощающей структуры.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Mandel, E. Late Capitalism. N.Y. 1969.

2. То есть капитализм в третьей стадии развития, можно называть и монопольно-империалистическим. Финансово-спекулятивный капитал в нашем понимании — это, прежде всего, использование денежного капитала на финансовых рынках и в других спекулятивных процессах

3. Нормальное состояние капиталистической экономики в монопольно-империалистической стадии — стагнация. Гигантские корпорации пытаются довести до максимума экономические излишки, находящиеся в их распоряжении, контролируя и тщательно регулируя расширение производственных возможностей. Перенакопление капитала, связанное с уменьшением потребления и, как следствие, сокращением использования производственных мощностей, ведет к свертыванию инвестиций, так как монополии избегают вложения средств в убыточное производство (так называемый кризис перепроизводства). В результате происходит снижение экономического роста. Недостаточное использование потенциала

экономики (неиспользование имеющихся производственных возможностей и следующий за ним инвестиционный кризис), таким образом, является главным признаком стагнации. В последние 30 лет экономика США работала на 81% потенциала, а в последние 5 лет — лишь на 77%. Даже в лучшие времена, в 60-е годы, она работала в среднем на 85% от потенциала (Magdoff, F. The Explosion of Debt and Speculation // Monthly Review. Vol. 56, # 11. April, 2005 (http: // www.monthlyreview.org))

4. McChesney, R. The Escalating War Against Corporate Media // Monthly Review. March, 2004. (http: // www.monthlyreview.org)

5. Кроме того, правительство США за счет налогоплательщиков тратит огромные суммы (около 175 миллиардов долларов за последние 10лет) на спасение компаний в сфере займов и сбережений.

6. О причинах падения акций Рейтер см. подробнее Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. СПб., 2006. — с. 359-360.

7. GM's ditech.com mortgage business is going great guns // Business Week 28.05.2005

8. Здесь стоит учитывать также беспрецедентную ликвидность ценных бумаг на финансовых рынках, которая превратилась в стимул для финансового накопления, заменив собой традиционный биржевой мотив — аккумуляцию средств для инвестиций в производство

9. Foster, J.B. The Financialization of Capitalism // Monthly Review. Vol. 58, # 11. April, 2007.

10. http: // www.nyse.com

11. Погорелый Ю.А. Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности. Авт. дис. соиск. уч. ст. к. филол. наук. М.: МГУ, 2001. — с.17.

12. Подробнее об этом см. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. СПб., 2006. — с.352-357.

13. GM's ditech.com mortgage business is going great guns // Business Week 28.05.2005

14. Это стало признанием финансовой конкурентоспособности Гугл. На тот момент капитализация интернет-компании превысила 100-миллиардную отметку и составила 111,5 миллиарда долларов США. В 2005 году в целом объём продаж Гугл составил 6,14 миллиарда долларов США, что на 92,5% превысило показатели в 2004 года (3,18 миллиарда долларов США). (http: //www.compulenta.ru/news/260340/)

15. Сюда надо добавить традиционные связи медиагрупп с банковским сектором: Баркли владеет Дейли Телеграф, через переплетающиеся директораты Тайм Уорнер и Доу Джонс имеют связи с Морган Стэнли, Трибюн с Бэнк оф Америка. Кроме того, крупнейшие банки обеспечивают сделки по слияниям и поглощениям медиагрупп

16. The uneasy crown. The buy-out business is booming, but capitalism's new kings are attracting growing criticism // The Economist. 08.02.2007 (http:// economist.com)

17. Соотношение общего объема занятых инвестиционными фондами средств и их активов составляет 6 к 1 (www.rbc.ru/news/200407.htm)

18. Liberman, D. Media Giant Clear Channel agrees to $18,7B buy-out // USA Today 16.11.2006 (http: //www.usatoday.com)

19. Helft, M., Story, L. Google Buys an Online Ad Firm for $3.1 Billion // (http://www.nytimes.com/2007/04/14/technology/14deal.html)

20. Australia's APN News and Media confirms renewed bid from Independent news and Media // AP 25.01.2007 (http: // www.ap.org)

21. Например, хеджинговый фонд Амарант Адвайсорз потерял в 2006 году 6 миллиардов долларов (половину своей рыночной стоимости) только потому, что предположил, что рыночная цена природного газа увеличится с марта по апрель 2007 года. Когда цены на газ резко упали в сентябре 2006 года, акции Амарант Адвайсорз упали катастрофически. Из последних потрясений мирового масштаба можно вспомнить обвал исландской кроны, случившийся из-за притока на рынок Исландии (где процентные ставки составляют 11,5%) огромных инвестиций — результата займов по крайне низким (0,25 %) процентным ставкам в Японии. Японское правительство использует близкие к нулю процентные ставки для стимулирования экономики, когда оно объявило о намерении их повысить, исландский фондовый рынок резко упал.

Рецензент — В.В. Хорольский.
Статья принята к печати 10.05.2007.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

© 2007 О.В. Сидельникова

Воронежский государственный университет

В настоящее время любое образовательное учреждение в процессе своего функционирования решает две группы проблем: взаимодействия с внешней средой и использования ресурсов своей внутренней среды. Соответственно, можно выделить два направления PR-деятельности образовательного учреждения: его **«внешний» PR** как одного из многочисленных конкурирующих поставщиков услуг на этом рынке и **«внутренний» PR** непосредственно в процессе образования в стенах данного заведения. На наш взгляд, в структуре внешнего PR необходимо отдельно выделить такое направление, как **«медиа-рилейшнз»**, то есть взаимодействие со СМИ.

Остановимся подробнее на каждом из направлений.

ВНУТРЕННИЙ PR: ФОРМИРУЕМ КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

Основная задача внутреннего, или как еще часто говорят, внутрикорпоративного PR, в системе образования - организация целевого информационного воздействия на внутреннюю аудиторию, то есть сотрудников и студентов учебного заведения. Очевидно, что задача внутренних PR совпадает с задачей PR вообще. Отличие заключается лишь в аудиториях воздействия. Однако можно с уверенностью говорить, что сотрудники компании, не говоря уже о студентах, также являются ее клиентами, только «внутренними», «покупающими» компанию в обмен на свое время и свою квалификацию [1].

Одним из важнейших составляющих имиджа любого учреждения, в том числе и образовательного, является корпоративная политика его руководства. От того, насколько грамотно выстроена система информирования и влияния на восприятие коллективом и студентами своего учреждения и руководства, зависит эффективность деятельности вуза в целом. Владение информацией в необходимом объеме позволяет каждому члену коллектива чувствовать свою причастность к общему делу, ощущать свою значимость, а руководству дает возможность не только донести до общественности результаты совместной работы, но и узнать мнение рядового сотрудника о деятельности как руководства, так и коллектива в целом. Это так называемая «обратная связь», для которой необходимы средства внутренней коммуникации. К таковым, в первую очередь, относится вузовская пресса.

С точки зрения типологии печатных СМИ, вузовская газета – это корпоративное издание. Корпоративные медиа – это полифункциональный механизм. Его основная цель – способствовать выработке норм и правил, единых для всех представителей образовательного учреждения, корпоративной философии, представления о миссии вуза.

Газета высшего учебного заведения – зеркало жизни и деятельности всего вуза. На ее страницах находят свое отражение все основные направления деятельности высшего учебного заведения – учебная, научная и воспитательная работа, организация культурно-массовых и спортивных мероприятий, международные связи, информатизация и пр.

После распада Советского Союза вузовская пресса, как и большая часть многотиражной печати страны, находилась в состоянии кризиса. Это было связано, прежде всего, с отсутствием финансирования, а, кроме того, складывалось мнение, что многотиражная пресса – это отживший институт социализма. Отчасти ослабление интереса к корпоративной прессе произошло на фоне активизации и роста популярности рекламы и PR как эффективных видов деятельности особых структурных подразделений вуза, которые в силу своей специфики не могут заменить газету, но функционируют в пределах того же информационного поля. Сегодня ситуация коренным образом изменилась - руководители стали понимать, что газета есть мощный инструмент взаимодейс-

твия с коллективом. По мнению исполнительного директора Ассоциации корпоративных медиа России Джемира Дегтяренко, корпоративные СМИ не только выполняют функции информирования, влияния, формирования лояльности и внедрения корпоративной культуры, они также играют ключевую роль в управлении организацией [2].

Что касается вузовской многотиражки, то следует отметить, что в современных условиях она нередко является подотделом PR-службы образовательного учреждения. В связи с этим газета начинает выполнять задачу, которая традиционно ставится перед PR: формирование положительного общественного мнения о работе вуза как внутри коллектива, так и за его пределами. Эта функция была присуща многотиражкам и ранее, но только в последние годы она стала играть заметную роль и приобрела новые черты [3]. Для многих организаций в последнее время все более актуальным становятся понятия корпоративности, корпоративной культуры, формировать и поддерживать которую как раз и призвана многотиражная, или как сейчас принято говорить, корпоративная пресса.

Что же представляет собой современная вузовская газета? Это некоммерческое, выпускаемое внутри вуза издание, призванное поддерживать контакты, прежде всего, с сотрудниками и студентами. Основная цель этого издания – освещать жизнь коллектива, информировать об основных событиях в вузе и в образовательной отрасли, поднимать интерес к учебному процессу и научной деятельности. Ее главная задача – решение проблем внутреннего круга: установление взаимопонимания между членами коллектива и руководством, разъяснение политики вуза, поиск и выявление конструктивных путей решения разнообразных проблем. Перед корпоративным изданием могут быть поставлены также следующие задачи: ознакомление персонала с целями, задачами, планами на будущее; поддержание благоприятного и корректировка нежелательного внутреннего имиджа среди сотрудников; предоставление оперативной информации о принятии важных решений, реализации новых проектов [4]. Кроме того, вузовская газета является своеобразной площадкой, которая дает возможность для проявления литературного творчества как студентов, так и сотрудников.

Вместе с тем, публикации в вузовской газете призваны не только информировать сотрудников и студентов о жизни вуза и факультетов, деятельности и планах ректората, но и вызывать у читателей гордость за достижения, определенный патриотизм и корпоративный дух.

Как правило, учредителем вузовской газеты является ректорат учебного заведения [5], а отсюда прослеживается и общая направленность содержательной стороны издания. Главный принцип вузовской газеты - не поднимать слишком острых проблем, а позволить читателям узнать как можно больше интересного о вузе, его студентах, выпускниках и сотрудниках, о новых разработках и достижениях в области образования, науки и культуры, сделанных в стенах alma mater.

Помимо вузовской газеты к инструментам внутреннего PR, на наш взгляд, можно отнести и создание музея образовательного учреждения. В данном случае будут решаться такие коммуникативные задачи, как: восстановление и сохранение традиций, существующих в вузе; воспитание корпоративной культуры, содействие формированию у членов коллектива (как сотрудников, так и студентов) эмоционально-ценностного отношения к истории вуза, чувства гордости за него.

Подобным же целям служит и сайт образовательного учреждения. Как правило, его структура рассчитана не только на мировую общественность, но и на внутреннее пользование. На сайте можно найти всю информацию о вузе – историю, профессорско-преподавательский состав, структуру, материал о научной и образовательной деятельности, всю информацию для абитуриентов и работодателей и пр.; для студентов и преподавателей – расписание занятий.

Одним из самых действенных и эффективных инструментов внутреннего PR является проведение различного рода внутривузовских мероприятий, так называемых «special events»: посвящение в студенты [6], День первокурсника, День дублера на факультете, День студента, футбольный матч между командой преподавателей и студентов, КВН, различные творческие конкурсы, проведение конкурсов «Мисс» и «Мистер» (факультета, вуза), праздничные мероприятия, приуроченные, например, ко Дню учителя, 8 марта, Новому году и пр. Подобного рода мероприятия ведут к сплочению студенческого коллектива, с одной стороны, с другой - предоставляют студентам возможность неформального общения с преподавателями и представителями администрации, активизирует совместную студенческую и преподавательскую деятельность, что, естественно, способствует налаживанию коммуникации между ними, установлению более доверительных отношений, формированию корпоративного мировосприятия.

Внешний PR: мальчишки и девчонки, а также их родители...

Основная задача внешнего PR в системе образования - организация целевого информационного воздействия непосредственно на внешнюю аудиторию, то есть, в первую очередь, на абитуриентов, родителей студентов, бизнес-круги (потенциальных работодателей), другие

вузы, а также на общественность в широком смысле слова (например, жителей конкретного региона).

Одним из самых традиционных и мощных средств внешнего PR является участие вуза в выставках, в том числе и специализированных [7]. В данном случае внимание в первую очередь направлено на абитуриентов и их родителей, но косвенно затрагивает также такие целевые аудитории, как работодатели, другие вузы, представители научных и образовательных кругов региона. Выставки хороши тем, что позволяют охватить значительную долю своей аудитории, именно в эти несколько дней открывается возможность напрямую пообщаться и рассказать о своих преимуществах. В дни работы выставки вузу предоставляется отличная возможность узнать потребителей своих образовательных услуг, получить картину наиболее востребованных специальностей и составить прогноз на вступительные экзамены.

В ходе проведенного исследования нами были сформулированы основные приемы и идеи, использование которых, на наш взгляд, может обеспечить вузу успешное участие в выставке. Для этого, прежде всего, необходимо предпринять следующее:

- Организовать массированный анонс предстоящей выставки внутри организации и за ее пределами. Рассылка приглашений нынешним и бывшим студентам, партнерам вуза, создание и распространение пригласительных билетов (желательно с указанием места стенда самого образовательного учреждения).
- Предоставить возможности для посетителей стенда не только ознакомиться с материалами и программами, которые предлагает вуз, но и дать «опробовать их на себе» (предложить заполнить тест по иностранному языку или познакомить клиента с компьютерной программой, которая используется в обучении).
- Обязательно брать контакты у всех желающих немедленно начать обучение, то есть непосредственно на выставке «превращать» потенциальных клиентов в реальных.
- Организовать специальный семинар или выступления, к примеру, по насущным вопросам образования или о разработке новой образовательной программы, причем основными посетителями могут быть не потенциальные клиенты, а представители СМИ.
- Проводить разнообразные розыгрыши и лотереи. Например, для потенциальных клиентов платного образовательного учреждения немаловажную роль играет фактор цены за обучение, поэтому возможно установление специальных цен или скидок для посетителей стенда.
- Привлечь профессионалов, известных личностей для участия в работе на стенде образовательного учреждения, провести мастер-класс.
- Обязательно провести анкетирование или опрос побывавших на стенде клиентов образовательного учреждения. Это поможет правильно оценить саму выставку, свое в ней участие и найти идеи для следующего подобного мероприятия.

Чтобы наиболее эффективно использовать выставки в качестве PR-инструмента, необходимо, чтобы сотрудники, работающие на стенде, всего, обладали полной информацией вузе, включая не только учебный процесс, но и студенческую жизнь. Разумеется, они должны быть настроены на общение и готовы иногда и к каверзным вопросам посетителей. Немалое значение имеет и личное отношение, доброжелательность и искреннее желание работающих на стенде студентов и сотрудников рассказать о своем вузе.

Еще одним не менее эффективном инструментом внешнего PR является проведение в вузе Дней открытых дверей. Основное преимущество подобных мероприятий состоит в том, что участникам предоставляется случай увидеть услугу учреждения непосредственно изнутри.

Традиционно Дни открытых дверей (далее – ДОД) проводятся два раза в год: осенью и весной. Цель данных мероприятий одна – привлечь абитуриентов. А задачи разные. Так основной задачей ДОД осенью (как правило) является привлечение абитуриентов на подготовительные курсы при учебном заведении, второй задачей является предварительное ознакомление с местом учебы. Основной же задачей ДОД в весенний период является поддержание и укрепление решения о выборе именно данного высшего учебного заведения у абитуриентов и их родителей [8].

В целом к целям и задачам ДОД можно отнести:

1. формирование у потенциальных потребителей образовательных услуг начального уровня знаний об основных характеристиках вуза;
2. оказание квалифицированной помощи потребителю при выборе будущей специальности в случае, когда самостоятельно абитуриент определиться затрудняется;
3. формирование потребности у потенциальных потребителей в приобретении выбранной специальности у представляющей ее организации;
4. оказание квалифицированной помощи потребителю в оценке свойств высшего учебного заведения (факультета) и окончательном выборе;
5. увеличение числа и изменение качественного состава абитуриентов. Большинство высших учебных заведений заинтересованы в привлечении абитуриентов с высоким уровнем

базовых знаний, так как это в дальнейшем будет положительно влиять на имидж вуза в целом [9].

В ходе подготовки и проведения ДОД можно выделить несколько основных этапов.

1. Определение даты (обычно назначается руководством вуза и является обязательной для всех подразделений), выбор помещения (актовый зал или самая большая учебная аудитория), заблаговременное оповещение целевой аудитории о предстоящем событии и разработка схемы освещения предстоящего события в СМИ (обычно дни открытых дверей не освещаются в СМИ, так как основная задача мероприятия – презентация учебного заведения – уже выполнена, но для укрепления имиджа вуза в целом ДОД - хороший информационный повод, и в данном случае информация будет рассчитана уже на потребителей, не пришедших на мероприятие).

2. Оценка целесообразности и возможности приглашения известных и знаменитых персон, лидеров общественного мнения, которые окончили данное учебное заведение.

3. Планирование начала презентации, ее основной части и завершающего этапа, составление сценария.

4. Распределение времени презентации по ее основным мероприятиям (обычно она занимает до двух часов с учетом резерва времени для ответов на вопросы аудитории после выступления основных докладчиков).

5. Определение приблизительной сметы расходов на проведение ДОД (например, расходы на сувенирную и справочную продукцию).

6. Написание и редактирование текстов докладчиков и вариантов ответов на возможные вопросы аудитории.

7. Техническое обеспечение процесса презентации: микрофоны, необходимое компьютерное обеспечение, аудио- и видеоаппаратура.

8. Подбор и подготовка персонала для распространения во время презентации информационно-рекламных материалов, подарков и сувениров.

При всей сложности организации и проведения Дней Открытых Дверей в рамках PR-кампании высшего учебного заведения, есть одно обстоятельство, значительно упрощающее работу PR-специалиста. Любое мероприятие вуза, которое будет направлено на абитуриентов, которое будет позиционировать высшее учебное заведение, не останется без внимания, ведь абитуриенты не только лояльно настроены к подобной информации, но даже заинтересованы в ее получении.

Однако, как показывает практика, вопросы, поступающие в приемную комиссию в ходе проведения приемной кампании во многом отличаются от тех, что задаются на днях открытых дверей, проводимых вузами. С начала приема документов возникают вопросы о льготах при поступлении, размерах и условиях оплаты за курсы и обучение, размере стипендии и т.д. В этой связи, на наш взгляд, в начале приемной компании целесообразно будет провести специальную конференцию для абитуриентов и их родителей, в ходе которой целевая аудитория станет основным участником и автором задаваемых вопросов.

Рассмотрим опыт Братского государственного университета [10]. В 2004 году вузом была проведена подобная конференция. В качестве ньюсмейкеров пригласили авторитетных и информированных людей: проректора по учебной работе, проректора по экономике, ответственного секретаря приемной комиссии, директора подготовительных курсов. Местом проведения конференции избрали городской Дворец Искусств. Это помогло сделать конференцию общегородским событием, доступным широкому кругу заинтересованных лиц. Подготовленный медиа-кит содержал развернутые ответы на самые типичные вопросы абитуриентов, выдержки из правил поступления в вуз, графики вступительных экзаменов, подготовительных курсов, календарь основных дат для абитуриентов, конспект вступительных речей участников. Мероприятие вызвало интерес со стороны СМИ и целевой аудитории. Многие вопросы, освещенные в прессе, перестали быть ежедневно задаваемыми в приемной комиссии.

В отдельных случаях в борьбе за абитуриента вузы проявляют максимум изобретательности и креатива. В этом плане интересен опыт Новосибирского государственного технического университета (НГТУ) [11]. Здесь, с апреля по май 2004 года, был осуществлен проект «Поступай правильно!», предполагающий предоставление гарантированного поступления на любую специальность факультета гуманитарного образования (ФГО) победителю радиоигры, проводящейся в прямом эфире радиостанции. Данная PR-ниша была выбрана по нескольким причинам. Во-первых, она оказалась свободной. Еще ни у одного вуза за Уралом не было подобного опыта. Во-вторых, она достаточно широко охватывает целевую аудиторию: абитуриентов и их родителей.

Акция проходила в несколько этапов. Сначала претенденты должны были прийти в деканат факультета и получить купон с персональным шифром. Далее, с 17 по 28 мая с 21 до 22 часов 200 претендентов пытались дозвониться в прямой эфир радиостанции. Те, кто ответил на четыре или пять вопросов, проходили во второй этап, который состоялся в прямом эфире «Европы Плюс Новосибирск» 29 мая и длился 3 часа. Таким

образом, из 200 человек, зарегистрировавшихся в деканате, только 11 человек получили возможность сразиться за право бесплатного обучения на ФГО. Помимо абитуриентов в студии присутствовали декан ФГО и преподаватели факультета, которые и составили своеобразную «приемную комиссию». В победителю (Анне Рассыпновой) предоставили контракт на 5 лет бесплатного обучения на любой специальности ФГО. Однако с условием сдачи вступительных экзаменов на положительную оценку. Двум остальным финалисткам предоставлен сертификат, подтверждающий право на внеконкурсное зачисление на контрактной основе [12].

Что касается такой целевой аудитории, как родители, то стоит отметить, что им в процессе PR-деятельности вуза уделяется недостаточно внимания; практически не разрабатываются акции, направленные именно на этот сегмент целевой аудитории образовательного учреждения. В этой связи, можно предложить проведение в вузе такого мероприятия, как, например, «Родительская неделя». Суть его проста. Два раза в год - накануне зимней и летней сессии – в вузе открывается недельная телефонная «горячая линия» для родителей студентов и слушателей. В ходе мероприятия на наболевшие вопросы родителей отвечают представители факультетов и ректората. Акция проходит под девизом «Ваши дети и их будущее в надежных руках, и мы готовы говорить об этом». Однако следует обозначить проблемы, которые могут возникнуть в ходе реализации проекта: во-первых, необходимо будет добиться согласия представителей факультетов и ректората на участие в акции, во-вторых, достаточно трудоемким будет процесс «оповещения» родителей о мероприятии (необходимо будет составить базы адресов и имен родителей студентов и слушателей, а также разослать информационные письма).

Еще одна целевая аудитория, на которую будет направлен внешний PR образовательного учреждения, - это выпускники вуза. Самое традиционное и, отметим, характерное исключительно для образовательных учреждений, мероприятие здесь - встречи выпускников. Работа с выпускниками, прежде всего, позволяет сформировать лояльную вузу целевую аудиторию. Кроме того, освещение такого важного для каждого образовательного учреждения события и демонстрация мощного корпоративного духа бывших студентов может побудить потенциальных клиентов выбрать именно это учебное заведение.

В последнее время все более распространенным PR-инструментом становится создание при вузах так называемых ассоциаций выпускников, посредством которых, на наш взгляд, может решаться сразу несколько задач:

1. развитие связей университета для поддержания всех сторон его научной и образовательной деятельности;
2. установление прямых контактов с выпускниками университета, желающими или имеющими возможность содействовать развития образовательного учреждения;
3. систематическое поддержание и обновление материалов музея истории вуза (если таковой имеется).

Учитывая географическую рассредоточенность выпускников, все чаще средством их консолидации становится вузовский сайт. Например, на сайте Воронежского государственного университета есть отдельная рубрика «Ассоциация выпускников ВГУ» с соответствующими подрубриками – «Гостевая книга», «Встречи выпускников». Кроме того, здесь же на сайте, любой выпускник может заполнить специальную анкету, таким образом пополнить базу данных выпускников вуза.

Еще одним не менее важным сегментом внешней целевой аудитории образовательного учреждения являются представители бизнес-кругов региона и по совместительству потенциальные работодатели для выпускников вуза. Взаимодействие с данной группой в последнее время приобретает особую актуальность в свете существующих проблем трудоустройства молодых специалистов, поэтому вузы стремятся как можно более теснее сотрудничать с данной аудиторией. Обобщая опыт курских вузов, можно выделить следующие основные направления во взаимодействии вузов и бизнес-кругов региона:

1. прохождение студентами производственной практике в фирме (организации);
2. активное привлечение представителей различных организаций и фирм к преподавательской деятельности;
3. привлечение представителей бизнес-кругов к корректировке учебных планов вуза (по их желанию, могут быть внесены новые предметы, необходимые для качественной подготовки специалистов, а также разработаны дополнительные курсы с получение по их окончании специального сертификата);
4. написание студентами дипломных проектов по «заказу» фирмы (организации), которые в дальнейшем реализуются ей на практике (например, студенткой художественно-графического факультета КГУ была написана работа на тему «Разработка фирменного стиля футбольного клуба «Авангард», воплощенный клубом в жизнь);
5. создание при участии вуза и организации совместных кафедр (например, Курская сельскохозяйственная академия и компания «БИОК» создали на базе последней кафедру биотехноло-

гий, преподавателями которой являются ведущие специалисты фирмы. Начиная с третьего курса узкий круг студентов проходит своеобразную практику-обучение непосредственно на фабрике. Это дает компании возможность подготовить специалистов такой узкой и востребованной специальности, как вирусолог или микробиолог. На пятом курсе по итогам обучения руководство фирмы может предложить работу наиболее зарекомендовавшим себя студентам).

Однако самым распространенным инструментом внешнего PR вуза относительно работодателей как целевой аудитории является проведение Ярмарок вакансий и Дней карьеры. Как правило, в Ярмарках вакансий, проводимых вузами, принимают участие представители предприятий, организаций и фирм, заинтересованных в выпускаемых вузом специалистах. В ходе мероприятия выпускники могут пройти собеседование, оставить потенциальному работодателю свое резюме, а также получить необходимую консультацию специалистов комитета по занятости населения, комитета образования и науки. Кроме того, например, Центром содействия занятости и адаптации выпускников Курского государственного университета к Ярмарке вакансий готовится специальный «Справочник выпускника», где содержатся резюме и фотографии студентов. Справочник получают все заинтересованные работодатели.

Что касается Дня карьеры, то по своей концепции он мало чем отличается от Ярмарки вакансий. Единственная разница – День карьеры, как правило, проходит не для всего вуза, а для конкретного факультета, и приглашаются на него, соответственно, представители тех фирм и организаций, которые потенциально заинтересованы в специалистах того профиля, что готовит факультет. Тем не менее, по сравнению с Ярмаркой вакансий, у Дня карьеры есть несомненный плюс – более «интимный», а следовательно, более продуктивный характер общения в силу меньше количества участников. Кроме того, в ходе Дня карьеры потенциальные работодатели имеют возможность познакомиться с факультетом, его основными кафедрами, преподавателями, спецификой процесса обучения. Это, в свою очередь, требует более детальной и серьезной подготовки к мероприятию со стороны вуза, например, подготовка пресс-кита, который получат гости факультета.

Но как бы то ни было, и у одного, и у другого мероприятия есть один общий момент: и Ярмарка вакансий, и Дни карьеры, помимо основных задач, которые ставятся перед ними организаторами, могут решать еще и сопутствующую – стать прекрасным поводом для паблисити вуза.

Очень действенным средством внешнего PR является кооперация различных образовательных учреждений в ассоциации, союзы, группы и сети, в том числе международные. Такой ход не только предоставляет возможность увеличения своей доли рынка за счет расширения географии предоставления услуги, но и дает твердую основу для формирования брэнда образовательного учреждения, так как привлекает поддержку известной марки. Примером этому может служить вступление семи московских школ в организацию «Международного бакалавриата» (International Baccalaureate) или объединение большого числа школ иностранных языков по всей стране в европейскую ассоциацию школ иностранных языков ATEEL. Распространение информации о подобной кооперации дает потребителю уверенность в высоких стандартах обучения той или иной учебной организации и о ее престиже на международном рынке образования [13].

Также к средствам внешнего PR можно отнести и проведение в вузе различных научных симпозиумов, конференций и семинаров. Подобного рода мероприятия направлены, в первую очередь, на такую целевую аудиторию, как сотрудники и профессорско-преподавательский состав других вузов. Научные конференции и семинары позволяют обмениваться знаниями и опытом в решении различных проблем, привлекать внимание общественности к науке и к вузу, а также дает возможность образовательному учреждению позиционировать себя как лидера в той или иной области науки [14]. В эту группу PR-инструментов необходимо отнести и различные публикации научных трудов, учебников и учебных пособий, авторами или издателями которых выступают сотрудники и подразделения образовательных учреждений. Такие материалы вызывают гораздо больше доверия у широких масс населения, чем, например, реклама или редакционные материалы.

И последний момент, на котором стоит остановиться, говоря о внешней PR-деятельности вуза, - это выпуск и распространение рекламно-справочных материалов. В ходе проведенного исследования, был сделан вывод о том, что чаще всего образовательные учреждения прибегают к использованию следующих видов печатной продукции. **Брошюра** – печатное издание в виде нескольких листов объемом свыше четырех (но не более 48 страниц), как правило, в мягкой обложке. **Буклет** – печатное издание обычно на листе формата А4 с последующей двойной фальцовкой. **Листовка** – комбинированный PR-текст, который содержит информацию о вузе, служит целям позиционирования, приращения или отстройки паблицитного капитала данного субъекта PR.

Проспект – это сброшюрованное многостраничное печатное издание, отличающееся обилием цветных фотографий, схем, таблиц, носящее престижный характер и часто выпускаемое к юбилейным событиям в жизни вуза.

Помимо этого, вузы могут прибегать к изготовлению различной сувенирной продукции с использованием своей фирменной символики: блокноты, ручки, значки, кружки и т.д. и т.п. Здесь все зависит от фантазии вузовского PR-специалиста и финансовой возможности образовательного учреждения.

МЕДИА-РИЛЕЙШНЗ: КАК ИЗ ЗАУРЯДНОГО СДЕЛАТЬ НЕЗАУРЯДНОЕ

Отношения PR и средств массовой информации (СМИ, масс-медиа) - один из краеугольных камней PR-практики. Причина этого проста: масс-медиа являются наиболее универсальным и доступным посредником между организацией (в нашем случае вузом) и общественностью. Иначе говоря, во многом только благодаря журналистам [15] мы можем донести до общественности позитивную информацию о вузе. Но если здесь оговорка «во многом» справедлива, ведь есть и иные формы общения с потенциальными или уже имеющимися потребителями образовательных услуг, то вот в чем масс-медиа являются просто незаменимыми - СМИ обеспечивают огромную широту и постоянную возобновляемость контактов учебного заведения и общественности.

Медиа-рилейшнз – это непосредственное взаимодействие образовательных учреждений со СМИ, которые являются основным каналом коммуникации между вузом и общественностью. Взаимоотношения вузовской PR-службы со СМИ предполагает работу по следующим направлениям:

1. подготовка и рассылка пресс-релизов;
2. написание имиджевых, информационных и аналитических статей;
3. подготовка пресс-китов;
4. подготовка комментариев по запросам СМИ;
5. организация пресс-брифингов, пресс-конференций и пр.;
6. разработка и реализация совместных со СМИ акций (например, организация в редакции издания телефонной линии, в ходе которой на волнующие население вопросы будет отвечать представитель вуза; или форма сотрудничества, когда представители вуза выступают экспертами постоянных рубрик и пр.);
7. мониторинг СМИ.

В условиях все большей коммерциализации СМИ бесплатно размещать информацию о происходящих в вузе событиях становится все сложнее. Газеты, как известно, уже давно «берут деньги» за написание статей, а телеканалы - за производство сюжетов. И, к сожалению, зачастую пресс-службам вузов проще заплатить за размещение информации, чем придумывать, как создать паблисити [16]. Тем не менее, следует отметить, что сегодня многие газеты, журналы и телевизионные каналы имеют специальные рубрики, программы, посвященные образованию. Большую долю информации они получают сами, но за последние годы образовательные учреждения стали уделять больше внимания информированию потенциальных участников образовательного процесса и партнеров о своей работе [17]. Для читателя, зрителя - это новости, а для образовательных учреждений - паблисити.

Не следует считать, что для того, чтобы бесплатно попасть на страницы прессы или в эфир, необходимо иметь особые отношения с их работниками. Рассылая пресс-релизы, содержащие информацию об интересных читателям, зрителям новостях, можно быть уверенным, что в каком-либо издании они будут опубликованы или озвучены. Многие журналисты с телевидения будут готовы приехать в вуз, если здесь действительно происходит интересное событие. Надо только помнить, что оно должно быть интересным и за пределами образовательного учреждения.

Поводом для паблисити может стать не только конкретное мероприятие, проходящее в стенах учебного заведения, но и рассказ о новых образовательных программах, реализуемых вузом, об уникальных условиях или педагогах, о ценах на образовательные услуги, об участии в масштабных проектах, достижениях своих работников (победитель конкурса и т.д.), об успехах студентов, например, в международных олимпиадах, различных конкурсах и т.д [18].

Важная информация - все факты из истории образовательного учреждения. Здесь можно порекомендовать просмотреть старые газетные подшивки, журнальные статьи, письма, фотографии, все, что имеет отношение к данному образовательному учреждению. Особое внимание следует обращать на необычные или интересные события, связанные с созданием образовательного учреждения, его становлением, работавшими или учившимися в нем людьми. Надо найти то, что удивит и произведет впечатление на других людей - это будет хорошее паблисити образовательного учреждения. Для более успешного паблисити важно учитывать и тот факт, если образовательное учреждение располагается в историческом месте либо здание представляет архитектурную ценность.

Как видим, поводов для паблисити может быть множество. Тем не менее, как мы уже

отмечали, отечественные вузы не до конца используют весь имеющийся у них потенциал для формирования и поддержания паблицитного капитала образовательного учреждения. На наш взгляд, в настоящее время образовательные учреждения должны уделять больше внимания именно информационной стратегии по созданию паблисити. В этой связи можно дать несколько рекомендаций.

1. Сотрудники пресс-службы должны находиться в постоянном поиске событий, касающихся в той или иной мере университета. При создании информационного повода надо задействовать не только внутренние, но и внешние каналы поиска информации. Конечно, не стоит писать пресс-релиз по событию, которое уже освещено городскими СМИ, но информацию можно подать со ссылкой на федеральные СМИ и/или интернет. Так, например, новости о победителях различных конкурсов, получателях грантов можно быстрее узнать из этих каналов. То же самое касается рейтингов вузов. Как известно, СМИ очень любят различные рейтинги. Таким образом, можно не только создать паблисити, но и быть первым, кто об этом рассказал городу (СМИ). Став постоянным «поставщиком» интересных новостей, касающихся всей вузовской сферы города, можно добиться того, что средства массовой информации в первую очередь будут обращаться к новостям данного вуза [19].

2. Создание качественного пресс-релиза. Особое значение в этом случае приобретают факты истории вуза, связанные с историей города, региона, страны, большой части научной интеллигенции. При этом необходимо обращать внимание на необычные или интересные события, связанные с созданием образовательного учреждения, его становлением, работавшими или учившимися в нем людьми. Надо найти то, что удивит и произведет впечатление на людей. Например, при освещении научно-исследовательских конференций, тематика которых по большей части повторяется из года в год, надо искать «изюминку», отличия от всех предыдущих конференций и обязательно подчеркивать это «особенное» в пресс-релизе. Понятно, что на презентации, церемонии открытия, «Дни открытых дверей» журналисты откликнутся охотнее.

3. Взаимодействие со СМИ. В пресс-службе вуза должны обязательно знать, кто курирует сектор высшего образования в тех или иных средствах массовой информации, знать специфику издания/телевизионного канала, которым планируется предложить новости. Например, пресс-релизы могут рассылаться по списку рассылки, а личные приглашения журналистов должны вестись исходя из специфики предстоящего мероприятия. Нельзя объять необъятное – все средства массовой информации никогда все вместе бесплатно(!) не осветят событие.

4. Чтобы повысить шансы на публикацию информации о своем образовательном учреждении, PR-специалисту необходимо не пассивно читать газеты и журналы, смотреть телевизор и слушать радио, а анализировать прочитанное, увиденное и услышанное. Нужно понимать, почему сообщили именно об этом, упомянули о какой-то компании или ее товаре. При этом необходимо оценивать, было ли данное сообщение паблисити или оплаченной рекламой.

5. Необходимо построить работу так, чтобы общением со СМИ занимался один человек (желательно указывать его имя и фамилию в пресс-релизе).

6. Для ведения паблисити необходимо определить потенциальный рынок сбыта образовательных услуг, а географические границы рынка позволят установить те уровни СМИ, которых следует привлекать (общероссийские - крайне редко, так как требует значительных усилий, областные - более реально, районного масштаба - практически постоянно).

7. Для эффективного взаимодействия со средствами массовой информации сотрудникам вузовской PR-службы необходимо постоянно изучать медиа-среду региона, составлять базы данных целевых СМИ, или так называемую, медиа-карту региона, что позволит более грамотно создавать новостные поводы, а значит, увеличит шанс того, что СМИ заинтересуются вузом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для создания паблисити пресс-служба должна вести постоянный поиск новых событий, работать над созданием информационных поводов (делать из заурядного события незаурядное), налаживать и поддерживать контакты со средствами массовой информации, проводить мониторинг СМИ с целью выявления информационного присутствия своего вуза на фоне других высших учебных заведений (для корректировки информационной политики вуза).

ПРИМЕЧАНИЯ

1. См., например: Бобровников С. Корпоративная газета «Воронежский университет»: комплекс продвижения для элемента комплекса продвижения / С. Бобровников // Коммуникация в современном мире. Мат. Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Журналистика, реклама и связи с общественностью: новые подходы», 31 окт.-1 нояб. 2005 г. – С. 92-93.

2. http://www.arpp.ru/content/view/13805/9/

3. Мендельбаум Я. М. Вузовская газета

– эффективное оружие PR / Я.М. Мендельбаум // Пресс-служба вуза: методы организации, проблемы и возможности. Мат. Межрегионального научно-практического семинара, НГТУ, 15-18 октября 2004 (http:// pressclub.nstu/cd/).

4. Курганова Е.Б. Профессионально-должностная ориентация в СО / Е.Б. Курганова // Связи с общественностью. Базовые понятия. Под ред. ВВ. Тулупова и Ю.Л. Полевого. – Воронеж, 2003. – С. 86.

5. В ряде вузов, наряду с официальной газетой могут существовать и альтернативные – студенческие, факультетские и пр. Например, в Московском государственном институте стали и сплавов, наряду с официальной газетой «Сталь» выходит вторая институтская газета «Сплав». Она была учреждена летом 2002 года группой активистов, в состав которой вошли студенты и аспиранты. Изначально это был всего лишь эксперимент, который перерос в полноценное студенческое издание с периодичностью выхода 1 раз в месяц. Сейчас «Сплав» входит в состав информационного отдела института. В газете создан редакционный совет (который состоит из студентов и сотрудников вуза) призванный определять цель и перспективы развития газеты (Смагин П. Газета как одна из составляющих частей пресс-службы института // Пресс-служба вуза: методы организации, проблемы и возможности. Мат. Межрегионального научно-практического семинара, НГТУ, 15-18 октября 2004 (http:// pressclub.nstu/cd/)). Кузбасский государственный технический университет также имеет две газеты - «За инженерные кадры» (газета создается редакторртом вуза, причем студенты в процессе подготовки газеты непосредственного участия не принимают. Поэтому исторически сложилось так, что эта газета интересна в основном профессорско-преподавательскому составу) и студенческую газету «СтудДень». Последняя создается исключительно студентами: они и журналисты, и корректоры, и редакторы. Газета пишет о студентах и жизни вуза (Чечкарева Е.В. Предпосылки возникновения пресс-службы в вузе // Пресс-служба вуза: методы организации, проблемы и возможности. Мат. Межрегионального научно-практического семинара, НГТУ, 15-18 октября 2004 (http:// pressclub.nstu/cd/)).

6. Посвящение в студенты, наверное, одно из самых традиционных мероприятий, проводимых в вузе. Однако, это вовсе не означает, что проходить оно должно по раз и навсегда разработанному сценарию. Например, нетрадиционно подошли к посвящению в студенты в Курском институте менеджмента, экономики и бизнеса (МЭБИК). 4 сентября 2007 года это мероприятие прошло на природе, в городском парке «Боева дача». Все началось с того, что первокурсники провели уборку территории, вместе с ними трудились ректор института, деканы факультетов, преподаватели, кураторы, а также студенческий актив вуза. Прежде чем приступить к обряду посвящения в студенты, новичков разделили на две команды, и затем каждая команда должна была пройти несколько этапов, которые были не только информативны для студентов, но и весьма интересны. На этапах они знакомились с деканами, заведующими кафедрами, студентами старших курсов, которые в свою очередь рассказывали им обо всех прелестях студенческой жизни. Один из этапов заключался в том, что ребята должны были нарисовать эмблему своей команды и придумать девиз. Завершилось мероприятие пикником.

7. Наиболее известной и популярной специализированной выставкой в сфере образования является выставка «Образование и карьера», которая проводится ежегодно при поддержке Министерства образования и науки РФ в декабре и апреле в Москве. Как показывает статистика, ее посещают от 50 до 70 тысяч школьников Москвы и области, родители, учителя и т.д.

8. Робустова В. Презентация учебного заведения в рамках Дня открытых дверей / В. Робустова // Коммуникация в современном мире. Мат. Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Журналистика, реклама и связи с общественностью: новые подходы», 31 окт.-1 нояб. 2006 г. – С. 144.

9. Там же. С.145.

10. Мамаев Л.А., Белых С. А., Исакова М. М. PR-мероприятия для абитуриентов /Л.А. Мамаев, С.А. Белых, М.М. Исакова // Пресс-служба вуза: методы организации, проблемы и возможности. Мат. Межрегионального научно-практического семинара, НГТУ, 15-18 октября 2004 (http:// pressclub.nstu/cd/)).

11. Моисеева А.Е. PR-мероприятие для абитуриентов. Рекламная кампания факультета / А.Е. Моисеева // Пресс-служба вуза: методы организации, проблемы и возможности. Мат. Межрегионального научно-практического семинара, НГТУ, 15-18 октября 2004 (http:// pressclub.nstu/cd/).

12. По итогам акции кафедрами социальной работы и социологии ФГО был проведен опрос «Коэффициент полезного действия кампании», в результате чего был сделан вывод о том, что по сравнению с прошлым годом общий конкурс на ФГО увеличился и составил около двух человек на место.

13. Ермоленко И. Специфика PR-деятельности в сфере платного образования / И. Ермоленко // (http//:www.pr-club.com/PR_Lib/Ermolenko.shtml).

14. Ледкова О.А. Рекламная деятельность образовательных учреждений г. Москвы на рубе-

же XX-XXI веков. / О.А. Ледкова // Диссертация на соиск. уч. степени канд. фил. наук. М., 2003. С. 108.

15. Не будем забывать, что PR как система появилась сначала в качестве своеобразного приложения к журналистике. Вспомнить хотя бы Айви Ли и других бывших репортеров, которых клиенты нанимали для «шлифовки» имиджа. Опыт свидетельствует, что вплоть до 1990-х гг. в PR – как на Западе, так и в России – приходили преимущественно журналисты.

16. Напомним, паблисити – информация, полученная из внешнего источника, которая используется СМИ в соответствии с их представлениями о ее ценности и публикуется на бесплатной основе.

17. В данном случая PR-специалист вуза, предоставляя СМИ информацию о своем образовательном учреждении, во многом оказывает журналистам услугу.

18. При этом важно заметить, что никто не может лучше и авторитетнее рассказать об образовательном учреждении, чем его руководитель.

19. См.: Потапова Д.Г. Борьба за паблисити / Д.Г. Потапова // Пресс-служба вуза: методы организации, проблемы и возможности. Мат. Межрегионального научно-практического семинара, НГТУ, 15-18 октября 2004 (http:// pressclub. nstu/cd/).

Рецензент – В. В. Тулупов.
Статья принята к печати 29.09.2007.

ПРОБЛЕМА ЭНЦИКЛОПЕДИЧЕСКОГО ОСВЕЩЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ: ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ

© 2007 М.А. Старикова

Воронежский государственный университет

Как точно отметила С. С. Розова в своей монографии «Классификационная проблема в современной науке» [1], во многих науках — в геологии, географии, отдельных отраслях биологии — на протяжении многих лет обсуждается широкий круг вопросов, связанных с классификацией. Эти обсуждения сопровождают историческое развитие указанных дисциплин от этапа к этапу, но проблема отнюдь не получает окончательного решения: сгорая в огне дискуссий, она возрождается, как Феникс из пепла. Загадочность ее воскрешения заставляет гносеологов и методологов науки задуматься над сущностью самой проблемы. Построение новых классификаций в любой человеческой деятельности наталкивается на многочисленные трудности, преодоление которых оказывается невозможным из-за отсутствия необходимых теоретических и методических средств, разработка которых упирается в неясность самого понятия классификации, в отсутствие четких представлений о ней как о феномене познания, что требует уже философского, гносеологического анализа названных проблем.

С годами указанная проблема не исчезла. Важность и актуальность проблемы однозначности терминологии в целом перманентна и непреходяща: неуловимо сплетаясь друг с другом, различные, но похожие термины создают психологическую ситуацию непонимания (использование терминов без какого-либо разъяснения и использование старых терминов в принципиально новых ситуациях). Не претендуя на исчерпывающую доскональность, мы попытаемся в очередной раз вспомнить, указать на современную модификацию терминологической проблемы на примере понятий типологии и классификации, затронув несколько словарей, в числе которых философские и энциклопедические словари. Философские, как и энциклопедические, можно считать источником междисциплинарного знания, из которого черпают информацию не только в лично-обывательских целях: эти определения как наиболее общие, стандартные, используют все научные дисциплины. С одной стороны, главное для такого издания — уловить суть определяемого, не вдаваясь в подробности. Однако определяя что-то в общих чертах, зачастую попадаешь в ловушку серьезного несоответствия определяющих понятий. Термины «классификация» и «типология» существуют во множестве наук, и потому на их примере будет удобно рассмотреть данную проблему.

Для начала — небольшой экскурс в историю типологического подхода. Ему дает определение словарь по социальной философии [2] (при этом отдельного определения классификации в словаре нет). Итак, типологический подход это «совокупность методологических процедур и соответствующих им мыслительных форм, ориентированных на понимание сложных явлений в их структурной самодостаточности, в их становлении и обособлении по отношению к гетерогенной среде». Задача подхода — аналитическое расчленение формальной целостности знания и последующий концептуальный синтез в единство нового рода. Типологический подход на интуитивном уровне сопровождает развитие науки на всем протяжении ее существования, но начинает осознаваться лишь со второй половины XIX века *в связи с утратой доверия к эвристическим возможностям классификации* (курсив мой — **М.С.**) как логико-методологического способа организации научного знания (экстенсивность, фактичность, строгая детерминированнность). Классификация и органически с ней связанная логическая процедура аналитического деления с неизбежностью оперируют жесткими понятиями и требуют столь же строгой организации знания. В основу деления должен быть положен только один признак, получающий родовое имя и создающий принципиальную возможность распознавать являющееся многообразие. Такого рода процедуры позволяют описывать только объекты с доподлинно известной структурой. В XIX в. интересы

науки, а, соответственно, и философской методологии сдвигаются в сторону постижения сложных объектов, существо которых зависит от одновременного учета нескольких признаков. Именно эти потребности и породили типологический подход, основными категориями которого являются тип, типологизация, типология, типологический метод и типизация. Поначалу концептуальный смысл каждой из них формируется стихийно в самой исследовательской практике. Считается, например, что в физике есть две разновидности классификации: дескриптивная — приведение результатов к удобному виду, — и структурная — сущностная. И все жалобы на непонимание их взаимосвязи порождены неправомерным отождествлением классификации с типологией.

Одной из важных составляющих типологических процедур является сопоставление каждой из них с эмпирическим знанием. Только на этой основе достигается соответствие типов и самой действительности.

Термин «типология» нередко используется в качестве синонима по отношению к термину «типологизация» (логико-методологическая процедура поиска и обнаружения того минимума существенных признаков, без которых исследуемое сложное явление не способно ни существовать, ни множиться) или в качестве обобщающей категории для всей сферы типологических понятий и процедур. В методологическом плане это нерационально: синонимия просто излишня, а для обобщающего есть более абстрактное и удобное понятие — типологический подход.

Понимание специфически-содержательного смысла, скрывающегося за термином «типология», достигается в контексте отношения «цель — средство — результат», то есть, типология — результат типологизации, взятый вместе с процессом, ведущим к нему. По сравнению с классификацией, хорошо продуманная типология почти не ощущается как некое умозрительное построение, несмотря на то что сами авторы этих типологий не скрывают конструктивного смысла своих творений. Например, Г. Беккер, автор одной из наиболее эвристичных социологических типологий, не только вводит термин «конструируемого типа», но и напрямую заявляет, что с его помощью эмпирическая реальность никогда точно не описывается. И это понятно: цель типологии не в копировании наличного бытия как такового, а в понимании такой упорядоченности человеческого бытия, которая была бы соразмерной и гармонизированной как во внешнем плане, так и внутренне, как в пространстве, так и во времени.

Рождающаяся типология может формироваться вокруг одного типа — идеализированного средства, выступающего в роли образца и выделяющегося из общего фона (Англия с наиболее выраженными характеристиками капитализма для К. Маркса). Чаще становление типологии происходит дихотомическим путем (Э. Кречмер и его два полярных психологических типа — шизотомический и циклотомический). В данном случае образцом становится полярность, образец отделяется от типа, превращаясь в средство для сопоставления и обоснования типов. В этом случае типов может быть достаточно много, но типология далека от основательности и историзма (типология человеческих типов Э. Шпрангера, выделяющая 6 идеальных типов индивидуальности). Принципиально иной становится картина типологизируемой сферы, когда функции обоснования, сравнения и обратной связи объединяются в целостный идеализированный конструкт, одновременно являющийся архетипом, эталоном и желанным образцом. Типология в этом случае становится изначально обоснованным и всегда конкретным минимумом идеальных форм, каждая из которых обретает способность воплощаться в бесконечное число столь же конкретных вариантов. Например, нарративная типология в западном литературоведении универсальным средством построения типологии выдвигает конструкт, совмещающий в себе все три функции (см. выше). Его архетипический смысл полностью сосредоточен в категории «нарратор» — это и повествователь, и редактор или издатель, и герой, и даже, возможно, читатель (эффект «камеры»). А функцию сопоставления всех способов организации художественной реальности осуществляет исследователь своеобразия авторских позиций, для чего он вводит категорию «модусов». Именно модус становится средством-эталоном, с помощью которого исследователь способен сопоставлять идеализированный мир поэтической реальности с эмпирическим материалом и выделять в этом мире существенно различающиеся и в то же время внутренне организованные типы. Кроме того, архетипически организованный эталон выступает еще и в роли «образца», выполняющего функцию обратной связь между типом и нарратором, в той мере, в какой исследователь-литературовед в состоянии, оставаясь собой, встать на точку зрения нарратора (менять ракурс рассмотрения типов, выделять некоторые из них в качестве образцовых и под этим углом зрения реконструировать набор типологий — именно этим объясняется факт многообразия нарративных типологий).

Создание многообразных типологий, вариативных по форме, но сохраняющихся по существу, важно не только для поиска оптимальной типологии, но и для выработки типологического метода, который, в свою очередь, в числе прочего

обладает алгоритмичностью. Редуцируя к теоретически осознанной вокруг идеи проектирования основе, все многообразие форм упорядочения типологических процедур тем не менее сохраняет общую направленность, которая, будучи осознана в проективном плане, приобретает конструктивный характер или, иначе говоря, становится типизацией (с одной стороны, концептуальное завершение типологического подхода, а с другой — начало практической реконструкции реального мира.).

Философский энциклопедический словарь [3] утверждает: классификация — многоступенчатое, разветвленное деление логического объема понятия. Результатом является система соподчиненных понятий. Автор словарной статьи подразделяет классификацию на естественную и искусственную. В качестве основания для естественной берутся существенные признаки, искусственная же использует несущественные, вплоть до ссылки на начальные буквы имен этих объектов. В XVII-XVII вв. естественная классификация объявлялась высшей целью изучения природы и венцом ее познания. В XX в. представление о роли классификации в процессе познания заметно изменились. К тому же далеко не всегда удается существенное четко отделить от несущественного, из-за чего противопоставление естественной и искусственной классификации утратило свою остроту. Поэтому роль классификации, в т.ч. естественной, не должна переоцениваться, тем более не должно преувеличиваться ее значение в области сложных динамических социальных объектов и явлений. Как стало очевидным в XIXв., *абсолютно резкие разграничительные линии не совместимы с теорией развития* (курсив мой — **М.С.**).

Типология в данном словаре отождествляется с классификацией.

Всемирная энциклопедия по философии [4] дает определения терминам «типологизация» и «классификация». Типологизация — метод научного познания, направленный на разбивку некоторой изучаемой совокупности объектов на обладающие определенными свойствами упорядоченные и систематизированные группы с помощью идеализированной модели или типа (идеального или конструктивного). В основе типологизации лежит понятие о нечетких множествах, т.е. множествах, не имеющих четких границ, когда переход от принадлежности элементов множеству к непринадлежности их множеству происходит постепенно, не резко, т.е. элементы некоторой предметной области относятся к ней лишь с известной степенью принадлежности. Различают теоретические и эмпирические типологизации — в зависимости от характера критерия (основания). Один из вариантов теоретической типологизации — метод построения конструктивных типов, предложенный Г. Беккером. Результатом типологизации выступает обоснованная внутри ее типология. Она может рассматриваться как форма представления знаний или как предшествующая построению теории, или как завершающая — при невозможности или неготовности научного сообщества сформулировать адекватную области изучения теорию. В этом отношении происходит сближение типологизации с методом идеальных типов Вебера и методами структурно-функционального анализа, а типология осмысливается как результат сложной реконструкции множества элементов, возможной одновременно по разным основаниям, т.о. одной предметной области может быть поставлено в соответствие множество типологий-интерпретаций.

Автор словарной статьи В. Л. Абушенко различает типологизации по процедурам построения: морфологические и структурные (статические), процессуальные (динамические), генетические, сравнительно-исторические.

В социологии целый ряд задач (сокращение описания, построение выборки, изучение взаимосвязи признаков, анализ механизмов явления и т.п.) всегда в той или иной степени является типологизацией как сведением в один тип, однокачественный в содержательном смысле. Предполагается, что различия между формирующими тип единицами в интересующем исследователя отношении носят случайный характер (обусловлены не поддающимися учету факторами) и незначительны по сравнению с аналогичными различиями между объектами, относимыми к разным типам [5]. При этом эмпирической типологизации требуется, чтобы однотипность была определяема в терминах наблюдаемых признаков, а в теоретической типологизации — чтобы ее критерии были концептуально различимы. Т. о. в социологии типологизация может представлять собой многоуровневую процедуру, когда на основе обнаруженной однородности (типологичности) первого уровня может быть построена однородность второго, более сущностного и т.д., продолжает автор. Неполнота полученных типологий приводит к увеличению абстрактности выбираемых критериев за счет уменьшения объема исследуемых единиц, т. о. любой типологизации задается предел, сверх которого она не может быть продлена, но рядом с ней на той же предметной области часто удается предложить иной вариант.

Всемирная энциклопедия по философии, как и Философский энциклопедический словарь, постулирует: классификация — многоступенчатое деление логического объема понятия или какой-либо совокупности единиц (эмпирического социального знания) на систему соподчиненных

понятий или классов объектов (род — вид — подвид), способ организации эмпирического массива информации.

Цель классификации — установление определенной структуры порядка, нормативно-мерного упорядочивания множества, которое разбивается на гетерономные друг по отношению к другу, но гомогенные внутри себя по какому-либо признаку, отделенные друг от друга подмножества.

Классификация всегда отражает имеющийся на данный момент времени уровень знания; позволяет обнаруживать пробелы в существующем знании; в т.н. описательной науке классификация выступала итогом и целью познания. Дальнейшее развитие классификации — усовершенствование или предложение новой классификации.

Классификации, особенно эмпирические, часто рассматриваются как шаг на пути создания содержательно-обоснованных типологий. Т.о. классификация рассматривается как формальная категория, а типология — как формально-содержательная. В отличие от классификации типология:

- выделяет гомогенные множества, каждое из которых есть модификация одного и того же качества (существенного, «коренного» признака, точнее «идеи» это множества);

- полагает свою идею далеко не наглядной и очевидно обнаруживаемой;

- гораздо сильнее связана со своим содержанием.

Однако класс естественной классификации должен иметь смысл, соответствующий уровню познания на данный момент, и обладать собственными существенными признаками, т. е. в той или иной степени естественная классификация является типологией и способна решать содержательные задачи.

А вот что пишет о классификации Философский словарь [6]. Также, как и другие, называя ее особым случаем применения логической операции деления объема понятия, автор словарной статьи М. М. Новоселов тоже отождествляет естественную классификацию с типологией, приводя в качестве примера классификации по существенным признакам систему химических элементов Д. И. Менделеева. Далее отмечается некоторая огрубелость действительных граней между видами классификации, ибо они всегда условны и относительны.

Даже по вышеприведенным примерам уже очевидно некоторое «наложение» семантических полей, терминологический разнобой. Для большей полноты приведем еще несколько определений, игнорируя некоторые уже имевшие место «наложения».

Итак, основой типологии является расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа, а тип определяется как разновидность, форма, модель, которая характерна для той или иной группы предметов как единица расчленяемой в типологии реальности, пишет Большой энциклопедический словарь [7].

Точно такое же определение дает словарь общественных наук на Glossary.ru. Классификация, согласно этому же словарю, — система соподчиненных понятий (классов, объектов, явлений) в той или иной отрасли знания или деятельности человека, составленная на основе учета общих признаков объектов и закономерных связей между ними, позволяющая ориентироваться в многообразии объектов и являющаяся источником знаний о них.

Более развернутые определения дает Большая Советская Энциклопедия. Типология (от греч. týpos — отпечаток, форма, образец). 1) метод научного познания, в основе которого лежит расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщённой, идеализированной модели или типа. Типология используется в целях сравнительного изучения существенных признаков, связей, функций, отношении, уровней организации объектов как сосуществующих, так и разделённых во времени. 2) Результат типологического описания и сопоставления.

Также в словарной статье содержатся следующие немаловажные моменты.

1. Типология может либо непосредственно основываться на понятии типа как основной логической единице расчленения изучаемой реальности, либо использовать иные логические формы (иерархическая классификация, систематика, таксономия).

2. По способу построения различают эмпирическую (количественная обработка и обобщение опытных данных) и теоретическую типологию (построение идеальной модели объекта).

3. Общие принципы типологии существенно зависят от того, как истолковывается понятие типа. История науки позволяет выделить три линии в трактовке этого понятия и, соответственно, три основных способа построения типологии:

- в античности — тип как неизменная, вечная, идеальная сущность, которая существует до вещей (Платон) или в вещах (Аристотель) и проявляется в видовых или индивидуальных различиях в качестве идеального прообраза;

- с утверждением в научном познании идеи развития — историческое понимание типа и представление о типологии как отображении системы в её развитии;

- тип как особое методологическое средство, с помощью которого строится теоретическая

картина действительности. При этом понятие типа выступает не как непосредственно взятое из реальности, а как результат сложной работы научного мышления, которое теоретически реконструирует наиболее существенные характеристики исследуемого множества объектов и объединяет их в понятии типа.

4. Перемещение проблем типологии в сферу методологии даёт возможность использовать достижения современной логики, в частности различение класса и типа, трёх видов понятийных систем, применяемых в науке (классификационных, сравнительных и измерительных); оно позволяет связать типологию с переходом от классификационных понятий к измерительным.

5. Построенная из теоретических соображений, типология обладает тем важным преимуществом, что она позволяет не только включить все изученные формы, но и, согласно закономерностям типологической системы, выявить некоторые «незанятые» участки, где позднее будут помещены вновь открытые формы (как это было с периодической системой элементов в химии) [8].

6. Перенос основных проблем типологии в сферу теории и методологии также остро ставит вопрос об эмпирической интерпретации типологических схем и понятий, то есть о соотнесении их с реальными множествами объектов. В силу абстрактности и известной односторонности каждого конкретного варианта типологии такая интерпретация представляет собой сложную проблему.

Классификация (от лат. classis — разряд, класс и facio — делаю, раскладываю). Система соподчиненных понятий (классов, объектов) какой-либо области знания или деятельности человека, часто представляемая в виде различных по форме схем (таблиц) и используемая как средство для установления связей между этими понятиями или классами объектов, а также для точной ориентировки в многообразии понятий или соответствующих объектов.

Важно отметить следующее:

Классификация должна фиксировать закономерные связи между классами объектов с целью определения места объекта в системе, которое указывает на его свойства. В этом аспекте классификация служит средством хранения и поиска информации, содержащейся в ней самой.

Еще одна задача классификации — проведение эффективного поиска информации или каких-либо объектов, содержащихся в специальных хранилищах (информационные фонды, архивы, склады). Таковы, например, библиотечные классификации.

Подлинно научная классификация должна выражать систему законов, присущих отображенному в ней фрагменту действительности, которые обусловливают зафиксированные в классификации свойства и отношения объектов. Их систематизация призвана учитывать тот факт, что в природе нет строгих разграничений и переходы от одного класса к другому — неотъемлемое свойство действительности. Это требование находит отражение в специальных приёмах: использование отсылок («смотри», «смотри также») и размещение одного и того же понятия в различных местах классификации [9].

Классификация содействует движению науки или отрасли техники со ступени эмпирического накопления знаний на уровень теоретического синтеза, системного подхода.

Когда классификация представляет собой систему соподчинённых понятий, её структура иногда может быть изображена в виде перевёрнутого «дерева». Маршруты, идущие от «корня» к «листьям», называются вертикальными рядами классификации, а узлы, одинаково отстоящие от общего подчиняющего понятия, образуют горизонтальный ряд. Так, в «Универсальной десятичной классификации» произведений печати «корню» соответствует понятие обо всей совокупности произведений печати, которое делится затем на 10 главных классов.

Имеются два пути разработки таблиц классификации — дедуктивный и индуктивный. Обычно классификации строятся с применением обоих подходов: высшие классы, как правило, образуются дедуктивно, низшие — индуктивно; дедукции отдают предпочтение в систематизации областей знания, индукции — при обработке фактического материала и оформлении его в виде схем и таблиц.

По степени существенности оснований подразделения различаются естественные и искусственные классификации.

В зависимости от широты классификации могут быть энциклопедическими (универсальными), специальными (отраслевыми) и классификациями узкого круга однородных явлений.

Указанные примеры достаточно ярко иллюстрируют путаницы: типологизация отождествляется с типологией, типология с классификацией, классификация противопоставляется типологизации, знак «равно» ставится между естественной классификацией и типологией, и в целом, зачастую, разнятся смыслы, вкладываемые в указанные понятия.

Надо отметить, классификация как понятие первичное практически во всех указанных словарях выводится в заглавие и сопровождается словарной статьей. С типологией все сложнее — словарная статья отводится как самому этому понятию, так и «сопутствующим терминам»

— «типологизация», «типологический подход» и пр., причем иногда им придается значение самого термина «типология», как в случае со словарем Всемирной энциклопедии по философии. Иногда понятие типологии и вовсе не выделяется, а упоминание о ней идет в статье о классификации. С точки зрения философии науки и логики последний вариант, возможно, оправдан, но для каждой конкретной науки типология имеет поистине решающее значение. Что же касается предыдущих вариантов, на наш взгляд, это и вовсе некорректно.

В. Л. Абушенко, автор указанных словарных статей Всемирной энциклопедии по философии, отмечает, что термин «классификация» используется для обозначения как самой процедуры построения классификационной системы, так и для обозначения ее результата. Столь же неправомерно, на наш взгляд, противопоставление классификации типологизации, как это произошло в определениях, указанных выше. Даже морфология слов противится этому. Не стоит путать типологию и типологизацию, классификацию и классифицирование. Можно разделить их подобно первым: классифицирование — метод, классификация — результат, а в качестве обобщающего понятия для всех классификационных процедур и терминов (при необходимости) использовать понятие классификационный подход.

Однако это не единственное несоответствие. Как писала С. С. Розова, даже употребление термина «классифицирование» — двойственно, и зачастую это рассматривается как норма. В пример приводится определение из «Философской энциклопедии» 1962 года: «Правильное построение классификации облегчает пользование ею, т.е. применение в операции классифицирования. Однако это не значит, что классифицирование проводится только после создания схемы. Эта операция имеет двоякое применение: в процессе образования классификационной схемы, где она состоит в упорядочении предметов по классам на основе сходства или различия в их признаках, и в процессе использования схемы, в котором она выступает как операция определения принадлежности объекта классу путем сравнения его признаков с признаками понятий в схеме». Речь идет о двух разных операциях, и целесообразно для них использовать разные термины — «построение классификации» и «классифицирование» (сопоставление некоего объекта с уже существующей классификацией и отнесение или неотнесение его к одному из этих классов)[10]. В случае с типологией этот ряд мог бы выглядеть как построение типологии — типология — типологизация. Однако термин «типологизация» давно и привычно несет в себе значение процедуры поиска типоформирующих признаков и построения типологии, что переформулировка видится делом сложным и нужным ли? Не является ли третьим звеном понятие «типизация»? Т. Г. Сердюк пишет о типологизации и типизации: «Историческая типология представляет собой результат процедуры типологизации. <...> Исторический тип — это логическая конструкция, отражающая общее качество актуализированных исследователем исторических явлений и не имеющая прямого аналога в эмпирической реальности. <...> Поскольку типология представлена историческими типами, созданными на основе эмпирического материала, связь исторической типологии с эмпирическими объектами не только не разрушается после завершения процедуры типологизации, но является основным условием ее научной достоверности, так как обобщение в историческом познании не является конечной целью, а лишь выполняет эвристическую функцию»[11], и далее: «...в процессе обобщения исторического материала исследователем осуществляется отбор наиболее репрезентативных объектов. Познавательной процедурой, предполагающей поиск и выявление подобных объектов, является историческая типизация. <...> Типическое как социальный феномен содержит объективный онтологический аспект, обусловленный не только многообразием этих объектов, но и априорными представлениями исследователя о качественном своеобразии эмпирических объектов различной степени проявления в них общего качества. Категория «типическое» отражает способность отдельных объектов концентрировать в себе репрезентативные качества. Автор приходит к выводу, что типическим мы называем то явление, в котором в большей степени, чем в аналогичных явлениях, сконцентрировано качество, которое положено в основание соответствующего исторического типа» [12]. Это пример еще одной попытки разграничения неправомерно смешанных понятий. Речь идет об онтологическом статусе, о понятиях в историческом познании, но разве не любая типология так или иначе вписана в контекст истории? Мы считаем, эти рассуждения могут быть вполне справедливы и по отношению к словарным определениям, и можно рассматривать типизацию как процесс соотнесения типов с эмпирической реальностью, как процесс приведения идеализированных типов к конкретным, индивидуальным примерам (ибо типология всегда должна быть связана с реальностью, причем как в синхронии, так и в диахронии). И словарь по социальной философии утверждает, что типизация, с одной стороны, концептуальное завершение типологического подхода, а с другой — начало практической реконструкции реального мира.

Помимо этого, не ясна грань между естественной классификацией и типологией. Исходя из вышеуказанного, можно, например, разделить их по количеству оснований: у классификации оно может быть только одно, у типологии — несколько. Или так: основание классификации — некая реалия, а основание типологии зачастую идеализированный конструкт, архетип, образец, соединяющий в себе функции обоснования, сравнения и обратной связи. На основании этого периодическая система Д. И. Менделеева, скорее, типология.

Есть противоречия и внутри отдельных статей: например, во Всемирной энциклопедии по философии дается определение типологизации как метода и вслед за этим он, метод, различается по процедурам построения — на морфологические и структурные (статические) методы, процессуальные (динамические), генетические, сравнительно-исторические. Кстати, Большая советская энциклопедия методом называет саму типологию, но оформляет это только как одно из значений, второе — «результат типологического описания». Словарь по социальной философии объясняет обтекаемо, но интуитивно более точно (если можно так выразиться): типология — не просто некий результат деятельности, а «результат типологизации, взятый вместе с процессом, ведущим к нему» (см. выше).

Большая советская энциклопедия пишет, что типология может основываться на понятии типа, а может использовать иные логические формы (иерархическая классификация, систематика, таксономия). И дальше указывает: общие принципы типологии существенно зависят от того, как истолковывается понятие типа в той или иной научной парадигме. Как же быть с типологиями, которые не основываются на понятии типа?

Далее, Большая советская энциклопедия дает два пути образования классификации — дедуктивный и индуктивный. «Встреча и стыковка этих двух движений, производимых как бы в разных пространствах, их завершение в некотором едином классификационном образовании представляются чем-то удивительным» [13], парирует С. С. Розова.

Говорить о том, что помимо прочего даются различные, неодинаковые разновидности рассматриваемых понятий не представляется возможным, ибо, по-видимому, это также является следствием запутанности в самих терминах и том, что они обозначают для каждого автора (постоянно только выделение искусственной и естественной классификаций).

Опять же, не очень понятно, почему в системе классификации Всемирной энциклопедии по философии выделен ряд род — вид — подвид и нет места классу, общепризнанной классификационной ячейке. Как верно отмечает С. С. Розова, при беглом знакомстве с определением не так уж важно, какой термин употреблять: группа, подмножество, класс объектов и т. д., но как только дело доходит до реальных классификационных трудностей, требуется полная ясность относительно того, как трактуется тот или иной термин. Соответственно, автор и читатель имеют четкое представление об отношениях между обозначенными в определении явлениями, что, в свою очередь, предполагает осознанность философской позиции, с которой осуществляется. Также и характер исторической эпохи предъявляет различные требования к необходимому и достаточному набору признаков и свойств, определяющих содержание того или иного понятия (об этом пишет Большая советская энциклопедия, это же отмечает в Т. Г. Сердюк).

В целом наибольшее удовлетворение у автора этой статьи вызвала словарная статья словаря по социальной философии — она видится ему наиболее полной, логичной, нежели другие рассмотренные. Однако Большая советская энциклопедия дала ряд существенных отличий между типологией и классификацией, что тоже ценно [14]. Мы не претендуем на истину в последней инстанции в нашем маленьком исследовании, но призываем к внимательности, точности, терминологической однозначности, и не только создателей словарей и справочников, но и ученых, пользующихся этими материалами: без последовательности и единообразия используемой лексики любой научный труд может стать профанацией.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Розова С. С. Классификационная проблема в современной науке / Розова С.С. — Новосибирск: Наука, 1986. — 223 с.

2. Социальная философия: Словарь / Сост. и ред. В. Е. Кемеров, Т. Х. Керимов. — М.: Академический проект, 2003. — 560 с.

3. Философский энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с.

4. Всемирная энциклопедия. Философия / Гл. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов .— М. ; Минск: АСТ : Харвест : Современный литератор, 2001. — 1312 с.

5. Там же. — С. 1077.

6. Философский словарь / Под ред. И. Т. Фролова. — 7е изд., перераб.и доп. — М.: Республика, 2001. — 719 с.

7. Большой энциклопедический словарь. — М., 1997. — С. 1203.

8. В указанном словаре такое же свойство

присуще и классификации. На наш взгляд, это одна из тех неточностей, которые и дают как следствие терминологическую путаницу. Действительно, некоторые исследователи считают, что естественная классификация может обладать прогностической функцией. Также открытым остается вопрос о самой периодической системе Д. И. Менделеева: является ли она естественной классификацией или все же типологией?

9. На наш взгляд, это может быть присуще только классификации искусственной.

10. Розова С. С. Классификационная проблема в современной науке / Розова С.С. — Новосибирск: Наука, 1986. — с. 7-8.

11. Сердюк Т.Г. Категория «типическое» в историческом познании: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.01 — онтология и теория познания / Т.Г. Сердюк — Кемерово, 2001. — С. 8-9.

12. Там же. — с. 9-10.

13. Розова С.С. Классификационная проблема в современной науке / Розова С.С. — Новосибирск: Наука, 1986. — с. 13.

14, Подробнее см.: Старикова М. Типология и классификация: к вопросу о терминологии в журналистике действительности / Старикова М. / / Акценты. — 2007. — № 1-2. — С. 38-42.

Рецензент –В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 30.09.2007..

ТЕОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ: НЕРАЗДЕЛЬНОЕ И НЕСЛИЯННОЕ

(эссе)

© 2007 В.В. Хорольский

Воронежский государственный университет

1. ВВОДНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ О ЕДИНОМ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОМ БАЗИСЕ

«Основы теории коммуникации» (или коммуникативистика) как учебный предмет, а во многом и как практика общения, значительно шире журналистики, но без журналистов нет и коммуникативистов, нет средств массовой коммуникации (СМК). При этом наличие множества общих целей, проблем и установок у двух смежных наук не делает их явлениями одного методологического ряда. Предмет изучения, даже если иметь в виду общность объекта, часто разный. Коммуникативистика, как подчеркивает название дисциплины, изучает самые различные коммуникативные акты и процессы, прежде всего процессы общения, межличностного и межгруппового, а также механизмы порождения «мессиджа», в роли которого обычно выступает «текст», основной носитель смысла. «Массовая коммуникация» может рассматриваться как центральная часть основ теории коммуникаций (ОТК). Анализ смысловых структур в процессах массовых коммуникаций и является главной работой коммуникативиста, при этом особое внимание уделяется социокультурным и психологическим аспектам понимания/непонимания текстов/10; 24; 32/. Текст – это коммуникативное действование. А дискурс в этом случае – хроника этого действования. С феноменологической точки зрения дискурс – это реализация определенного типа культуры в тексте в парадигме «социокультурного взаимодействия». Как справедливо отметила в книге «Моделирование текста: лигвосоциокультурная концепция» В. Богуславская, текст – это энерго-информационное проявление Коллективного Интеллекта: «Бессознательное текста, его смысл – это черновик, нечто, что в принципе не подлежит чтению, то есть нечто, что читается без всякого на то права, когда хозяина текста («журналиста») уже нет» [2,30; 34]. Журналист, как известно, анализирует тексты и явления действительности с иной целью, нежели другие люди: его мисссия – в отслеживании актуальных фактов и событий, а затем — в информировании реципиентов. Для него текст интересен новизной и идеей на злобу дня. Теоретик СМИ обязан учитывать подобные установки.

Журналистика изначально субъективна: неангажированность можно рассматривать как линию горизонта, которая отодвигается по мере приближения к ней. Журналист не должен врать намеренно. Это закон. Врач порой должен, учитель должен, если это «святая ложь», помогающая человеку. Но журналист, если говорить об идеале, никогда. Движение к идеалу непредвзятости и есть суть профессионального роста журналиста. На практике этот путь не усеян розами, он усеян чем угодно, только не розами. Журналист и публицист, находясь в зоне социальных конфликтов, не могут быть сторонними наблюдателями. Журналист только на словах хроникер событий. На деле он выступает как участник идейных споров. Он нередко выглядит либо как хамелеон, меняющий свою окраску в зависимости от ситуации, либо как попугай, повторяющий чужие, иногда — одни и те же слова, либо как «цепной пес демократии», охраняющий... того, кто его кормит. Писательская публицистика еще более эмоциональна и радикальна, нежели публицистика профессиональных журналистов. Часто писатель экономически более свободен, чем репортер или обозреватель газеты. Но и писатель по определению не может быть независимым и бесстрастным. С первых дней своего существования публицистика и журналистская деятельность отражали фундаментальную закономерность – преобладание частного интереса над интересом общим. Этот нехитрый житейский вывод, думается, может объяснить очень многое...

Автора настоящего эссе в первую очередь интересует общение посредством масс-медиа, особенно общение с помощью газетных и журнальных текстов [23]. Этот ракурс рассмотрения

деятельности теоретиков масс-медиа и журналистики позволяет увидеть сходное и различное в близких установках, а также показать степень воздействия коммуникативистики на теорию журналистики, что является непростым вопросом, требующим продолжения дискуссии. Задачей данного эссе является сравнение принципов анализа журналистского текста и дискурса в разных отраслях гуманитарного знания, сопоставление методов освоения коммуникативного «бэкграунда» (широкого и узкого контекстов высказывания) в теории журналистики и теории МК, уточнение методики анализа современного медийного поля, в частности плюралистических форм медийной коммуникации в постмодернистском контексте. Эта задача требует не только уточнения ряда терминов и понятий (коммуникатор, эстетическая игра, постмодернистская чувствительность и др.), но и ознакомления с духовным климатом, породившим их. А сверхзадачей было — «очертить» проблемное поле сравнительно новой науки, самоидентификация которой пока еще является нерешенной задачей. Для ее решения надо определить содержательно-предметные «фреймы» (рамки) проблемы, показать методологическую перспективу данного предмета, а также наметить пути обсуждения такого вопроса, как природа дефиниций в коммуникативистике и в теории журналистики. Обзор тенденций и концепций в изучении МК помогает выявить вектор развития единой теории СМИ и СМК.

Массовая медийная коммуникация (как правило, ниже будет употребляться сокращение ММК) в ее взаимосвязи с журналистикой – основной предмет разговора, тема настоящего эссе. Далее под этим понятием, кроме особо оговоренных случаев, будет подразумеваться медийная коммуникация в информационном обществе, и прежде всего – результаты деятельности СМИ, будет подразумеваться коллективный продукт медийных институтов и коммуникаторов. Кто такие коммуникаторы? Это совокупность авторов, но не только индивидуальных. Это также любые ретрансляторы информации, от журналиста до читателя газетной новости. Думается, надо также не упускать из виду медиапотребителей, среди которых целесообразно выделять отряд медиакритиков, теоретиков и интерпретаторов, дающих квалифицированную оценку и фиксирующих сущностные изменения в характере производства и потребления журналистских текстов. Автора данной работы в дальнейшем особо будет интересовать гипертрофия развлекательной функции в МК, что связано с особой «постмодернистской ситуацией», с явным изменением общественного сознания в процессе становления глобального коммуникационного пространства и драматической трансформации социальной (массовой) психологии в развитых странах. О развивающемся мире надо судить иначе, и писать о нем надо с оговорками. Там тенденции, порожденные глобализацией, еще не столь оформлены. «Общество потребления» лишь сформировало идеал медиапотребления, но практика уже сейчас позволяет теоретикам СМИ и футурологам всех видов делать мрачные прогнозы [22].

Массовая коммуникация определяется как процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (печать, радио, кинематограф, телевидение) на численно большие, рассредоточенные аудитории. Это процесс распространения информации, в каком бы виде она ни предъявлялась (зрительные образы, цифровые сигналы, слова). МК – это «систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей» [25, 133]. Принципиально важно в данном определении, что это распространение социальных установок, моральных и правовых норм, устремлений различных слоев (страт) общества.

Коммуникация в СМИ, будучи важнейшей частью современной информационной культуры, изучается давно и в целом результативно. Но лишь недавно заговорили о необходимости анализировать медийные тексты с учетом изменения смыслов в процессе их массового восприятия, в частности в условиях становления информационного общества. Важна и проблема выбора научно-методологического инструментария для анализа разнообразных текстов, составляющих эмпирическую базу коммуникативистики.

Кстати, отношение к коммуникативным штудиям в нашем государстве было весьма прохладным. Так, в библиографическом указателе «Журналистика», охватывающем литературу, вышедшую в СССР в 1970–1980-е гг., не приведено ни одной работы, в названии которой было бы употреблено само понятие «коммуникативистика». В реферативных сборниках, выпущенных Институтом научной информации по общественным наукам «Средства массовой информации и пропаганды. Советская литература 1978-1980 гг.» и «Средства массовой информации и пропаганды. Советская литература 1980 г.» в приведенных списках литературы из 234 наименований лишь в семи работах в названии использован термин «коммуникация». Табу на данную тему сохранялось вплоть до горбачевской перестройки. Само словосочетание «массовая коммуникация» иногда употребляется во множественном числе, но о полной синонимичности говорить здесь нельзя:

множественное число чаще всего подразумевает расширение темы и предмета разговора, в частности, если говорить о связи МК и новейших технологий, подразумевается больший упор на технологическую составляющую процесса коммуникации и на анализ резкого увеличения смыслового объема концепта «МК». Массовая коммуникация возникла давно, ее корни уходят в седую древность. Но наука о ней молода. И роль теории журналистики в ее становлении самоочевидна. Различные подходы к МК позволяют судить об обязательном принципиальном плюрализме общения в научной сфере. Понимание логики коммуникативного плюрализма и методологии герменевтических процедур – залог успеха в освоении науки о медийной коммуникации.

Как известно, родственных функций у журналистики и массовой коммуникации (далее — МК) очень много. Это и информирование, и убеждение, и анализ культурных процессов (слово «культура» здесь и далее употребляется в широком смысле как обозначение производства духовных и материальных благ). Это и помощь в адаптации, и достижение консенсуса в обществе, и воспитание поколений. Это и мобилизационно-организаторские, рекламные, гедонистические и иные функции. Журналистику (имеется в виду прежде всего теория и история журналистики) гораздо меньше, нежели коммуникативистику, заботит механизм усвоения смысла текста, проблема порождения смысла в чужом сознании. Теория журналистики уже предполагает наличие общего кода у коммуникатора и реципиента, она больше заботится о контенте, идеях. Коммуникативистов волнуют в большей степени не просто социокультурные факторы восприятия текста и характер реакции на него, но сам «план выражения» (как этот термин трактуют лингвисты, ориентирующиеся на идеи Копенгагенской школы). Об этих схождениях и различиях далее будет говориться с позиций культурологического метода [29].

2. ТЕОРИЯ КОММУНИКАТИВИСТИКИ КАК ЧАСТЬ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ НАУКИ О РАЗВИТИИ МАСС-МЕДИА

Объем информации, изготавливаемой в «журналистском цехе», стремительно увеличивается именно в последние десятилетия, когда Интернет стал частью каждодневной культуры миллионов потребителей информации. Конечно, инфопотребности в различных социальных группах различны и зависят, как известно, от экономического положения, культурного и образовательного уровня, психологических установок, наличия свободного времени и т.д. Знакомство с читательскими предпочтениями воронежских студентов в этом отношении показательно. Информация ими впитывается обычно без должного рассуждения, «на веру», что чревато добровольным бегством от свободы выбора. Противоречия производства и потребления медийных сообщений обусловлены во многом особенностями массовой культуры, цели которой далеки от идеалов ответственного общения с рядовыми гражданами. Изучение газет Воронежа, анкетирование и опросы, не противоречащее данным социологов по другим регионам, показали, что любимые газеты молодежи сегодня это не «Известия» или «Новая газета», а «Спид-инфо», «Желтая газета», отчасти «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», спортивные и юмористические издания. Парадокс еще и в том, что Воронеж считается читающим городом.

С одной стороны, водопад сведений (тех же новостей о текущих событиях, научных фактов, документов и т.д.) свидетельствует о достижениях информационного общества, а с другой, – растет число малоинформированных, почти неинформированных и ложноинформированных граждан, растет скепсис, неверие в силу масс-медиа, сомнение в способности журналистов и коммуникативистов любых сфер деятельности менять что-либо к лучшему. Проблема «непотребления» и «недопотребления» качественной газетно-журнальной публицистики, научно-популярной медийной продукции, текущей научно-технической информации, философско-эстетической эссеистики и т.п. связана с кризисным состоянием дел в духовной жизни общества и заслуживает большего внимания не только исследователей – коммуникативистов. Но методология ОТК может помочь не столько в принятии верных административных решений, сколько в выработке критериев адекватной оценки медийных текстов и дискурсов. Думать о критериях обязаны в первую очередь специалисты в данной области, а затем юристы, политики и все желающие. Нет пока (может быть, и к счастью) механизмов ненасильственного убеждения масс (ради их блага и совершенства) в необходимости интеллектуальных усилий, ответственного отношения к СМИ. Увы, социум в развивающихся странах, в число которых входит и Россия, не имеет средств, достаточных для сохранения баланса между «качественной» и «популярной» медиапродукцией. Анализ социологических данных приводит ученых (Джозеф Клаппер, Владимир Кей, Уилбур Шрамм и другие) к выводу о возрастании недоверия потребителей к СМИ в целом и к официальным каналам распространения информации в частности. В условиях, когда необходимо еще раз оценить медиавоздействие на социум (оценить «медийные эффекты», как принято говорить в среде специалистов [1,44]),

в ситуации, когда реально возникла угроза изощренного обмана аудитории, особую роль приобретает анализ лингвокультурологических приемов внушения, воздействия на подсознание реципиента.

Рассмотрение проблем коммуникативистики сквозь призму медийного общения представляется значимым еще и потому, что влияние СМИ на общество не всегда абсолютно. И тем более не всегда благотворно. По этому поводу Г.П. Бакулев писал в своей брошюре, посвященной изучению опыта западных теоретиков массовой коммуникации: «Факты говорят о том, что люди мало что узнают из новостей, а узнав, быстро забывают. От плохо структурированных сообщений и зрелищного, но неуместного видеоряда в головах людей возникает путаница» [1, 25]. Цитата подтверждает следующую мысль: восприятие издержек массовой культуры в сегодняшней журналистике более отстраненное, чем в работах коммуникативистов: мол, желтая журналистика – это объективный факт, его можно критиковать, но не отменять. Иную точку зрения можно усмотреть в работах коммуникативистов (В.И. Сапунов, М.М. Назаров, Г. Бакулев), гневно пишущих о пороках масскульта и происках неолиберальных империалистов от культуры.

В амбивалентности массовой культуры ученые видят источник кризиса доверия к СМИ. Медиакритики выражают тревогу в связи с хаотичностью информационной «блип-культуры» (blip – выброс сигнала, мелькание), фиксируют факты преобладания в массовом обществе «клипового» сознания. Философ В. Миронов писал недавно: «Клиповое сознание – это настроение эпохи» [19,43]. Очевидно воздействие перемен на эволюцию журналистского и публицистического текстов (далее – ЖТ и ПТ) – важной составной части медийных дискурсов (МД), признаками которых являются актуально-убеждающий характер «метатекста» всей массовой информации, диалогичность и интертекстуальность отношений коммуникатора и аудитории, сингулярность (одномоментность, единственность сообщения о каких-либо событиях и фактах), эмерджентность, т.е. становление смысла в процессе бесконечных коммуникативных актов и др.

Массовая культура с помощью СМК породила массовое бескультурье. Таков грустный каламбур, мотив многих резких заявлений теоретиков МК. Но данная посылка, естественно, не отменяет прогресс СМИ и необходимость их изучения. Массовая культура приобщила к чтению миллионы и миллионы людей, ранее не знавших почти ничего о других народах и культурах. Представляется, что эта сторона массовой культуры и определяет корреляцию «журналистика качественная – журналистика развлекательно-гедонистическая». И в какой-то мере, думается, именно эта особенность современного мирочувствования предопределила теоретические интенции западных теоретиков, о которых и будет говориться далее подробнее. Дело в том, что в их трудах наблюдается все больший крен в сторону коммуникативистики, а не теории журналистики. Не видеть этого и не реагировать уже никак нельзя.

Итак, в XX в. аудитория СМИ резко увеличилась. Но читать газеты в конце века стали меньше. Это данные социологов. С точки зрения социальной психологии, проблема отказа от кропотливого чтения и последовательного анализа серьезной публицистики (и не только ее) связана отчасти с массовой усталостью граждан, живущих в ситуации рыночной конкуренции, с обострившейся в ряде стран борьбой за существование. Но и в начале 1990-х гг. обычные люди в России отчаянно боролись за выживание, а очереди перед газетными киосками возникали уже с утра. Утрата вкуса к чтению связана и с таким социопсихологическим фактором, как возрастание роли гедонистических устремлений аудитории. Современная массовая культура формирует психологию потребителей, для которых удовольствие и есть цель жизни.

Выбор делается в пользу радостей жизни, одной из которых, естественно, является радость общения, узнавания нового, радость культурного диалога. Свобода выбора – ценность неоспоримая и абсолютная. Но противоречие заключается в том, что современная культура не имеет противоядия против безответственности масс-медиа. Теоретики СМИ призваны решить эту историческую задачу. Решают ли они ее? Нельзя дать однозначный ответ, но и наглости на положительный ответ не хватает, судя по публикациям последних лет, ни у кого.

Теоретики МК на Западе, опираясь на философию гедонизма, развивая идеи «общества спектакля» (метафора Ги Дебора) сыграли важнейшую роль в становлении современной «культуриндустрии», ориентированной на наслаждение [18,21], как это понимали культурологи и социологи французской школы Ж. Лиотар, М. Фуко, П. Делез и Ж. Бодрийар. Это разные имена в науке, но их воздействие на становление теории массовой коммуникации (или коммуникологии) нельзя недооценивать. Их методология содержит элементы историзма, компаративизма, системности и т.д., но акценты иные, и плоскость рассмотрения МК другая. Теоретики журналистики, познакомившись с идеями коллег и непредвзято оценив их плюсы и минусы, могут, думается, обогатить методическую базу данных своей науки.

В России конкуренция все более явно внедряется в мир массовой коммуникации, у нас

на глазах резко обостряется борьба за «своего» потребителя информпродукции, а отсюда следствие: на роль основного «клиента, который всегда прав», выдвигаются не только сильные мира всего. Демократизация коммуникативных процессов стремительно убивает цензуру, чинопочитание, страх перед секретной информацией, но в то же время ослабляет крепы социально-коммуникуативных «действований» (термин Ю. Хабермаса). Другой стороной повсеместной либерализации становится, как отмечалось, культ удовольствия, «инфотейнмента» в масс-медиа. Рассматривая коммуникативистику как обобщение концептов текущей коммуникативной практики и как науку, изучающую эту практику, целесообразно опираться на интердисциплинарную методологию анализа текстов, важной составной частью которой стал лингвокультурологический подход, о чем подробнее будет сказано далее.

Французский социолог Ги Дебор (малоизвестный даже в среде исследователей МК теоретик культуры общества потребления) еще в 1960-е гг. писал, что в обществах, достигших современного уровня развития производства, «вся жизнь проявляется как огромное нагромождение *спектаклей*. Всё что раньше переживалось непосредственно, отныне оттеснено в представление. Образы, оторванные от различных аспектов жизни, теперь слились в едином бурлящем потоке, в котором былое единство жизни уже не восстановить. Реальность, рассматриваемая *по частям*, является к нам уже в качестве собственной целостности, в виде особого, *самостоятельного* (курсив Дебора — В.Х.) псевдо-мира, доступного лишь созерцанию. Все образы окружающего мира собрались в самостоятельном мире образов, насквозь пропитанном кичливой ложью. Спектакль вообще, как конкретное отрицание жизни, есть самостоятельное движение неживого» [33]. Конечно, это гипербола, которую надо оспорить. М. Бахтин не случайно писал о положительном влиянии карнавализации на культуру. Дебор утрирует негативные последствия шоу-бизнеса, виртуального общения людей. Но многое в его работе, как и в наследии видных западных теоретиков масс-медиа (Г. Лассуэлл, У. Липпман, М. Маклюэн, Э. Тоффлер и др.), заслуживает внимания.

* * *

Частью мировой культуры давно уже стали газеты, журналы, радио, ТВ, а в последние годы Интернет. Характерно само написание данного неологизма: в нем корневым следует считать «нет», т.е. «сеть». Сетевое общение стремительно становится качественно новой, малоконтролируемой формой массовой коммуникации. Как и раньше, великое и благое изобретение может стать своей противоположностью, «пауком», затягивающим в свою сеть миллионы людей. А может способствовать гармоничному общению масс и прогрессу культуры. Изучая тексты и дискурсы в СМИ, легко увидеть, что сетевая журналистика беспрецедентно расширила горизонты человеческого общения, но в то же время парадоксально упростила проблему выбора, что не всегда положительно сказывается на природе антропологических отношений в массовой коммуникации. Другими словами, резкое увеличение объема медийной информации, повлекшее за собой изменение образа жизни миллионов потребителей, постепенно утрачивающих интерес к кропотливому поиску нужного канала МК, иногда ведет к положительным последствиям, а чаще — к отрицательным, что в свою очередь требует более тщательной подготовки аналитиков, способных повлиять на текущую практику отбора сведений для широкой публики. Сама необходимость отбора для индивида – не аксиома личность имеет право и отказаться от выбора, но для социума и его МК – закон. Гедонистическая направленность массового выбора для данного этапа развития информационного общества (ИО) самоочевидна [27,11].

Медийное общение в системе координат и терминологических установок коммуникативистики выступает как вид общего коммуникативного процесса, реализуемого в масс-медиа (и соответственно, в СМИ). В этом случае на первый план выходят проблемы понимания, успешности диалога, социальной значимости сообщений, эффективности распространения информации и т.п. Изучение данного аспекта коммуникативных процессов показывает, что на современном этапе развития человеческой культуры роль масс-медиа стремительно возрастает, но при этом, к сожалению, у теоретиков нет особых оснований для оптимизма. Амбивалентность ситуации, как известно, связана с издержками массовой культуры, заменяющей глубину общения и реальную полезность сообщений оперативностью и манипулятивной эффективностью. При всем многообразии форм в современных СМИ монологизм сообщений, характерный для тоталитарных политических систем, как прекрасно показал в своей диссертации В. Сапунов, не ушел со сцены[1]. Гипермонополизация породила невиданное

[1] А потери информации при монологическом общении, по свидетельству ученых, может достигать 50%, а в некоторых случаях и 80% от объема исходной информации. Известно, что руководители организаций вынуждены тратить до 80% рабочего времени на общение с людьми, причем эффективность этого общения, как показывают опросы, не представляется им сколько-нибудь значительной. Отсюда постоянная потребность в эффективной обратной связи.

в дотелевизионные эпохи манипулирование, лицемерно прикрываемое лозунгами неолиберализма. И теоретики журналистики должны более активно использовать наработки в смежной сфере знания для выявления последствий глобализации в СМИ.

Когда социологи, философы и медиакритики говорят о современном информационном обществе как о постиндустриальном «обществе спектакля», они подчеркивают одну самоочевидную, но не проанализированную должным образом актуальную деталь. «Картинка важнее слова», — таков лозунг дня в массовой культуре, такова метафизика современной массовой коммуникации. Видеть – значит верить; таков нехитрый постулат поверхностного здравомыслия. Визуализация дискурсов масс-медиа видна всем, но ее последствия еще надо глубже осознать и точнее спрогнозировать. Эта деталь, например, меняет многое в толковании роли ТВ (а отчасти и Интернета) в наши дни. Слово, особенно письменное, все чаще дополняется информацией, содержащейся в музыке, мимике, видеоряде. Теоретики тележурналистики об этом пишут много, но только культурологи (Ю. Борев, Г. Березин, Д. Гильдебранд и др.) показали весь спектр и объем угроз «ящика для идиотов».

Коммуникология (как строгая и системная наука) существует недавно, она эволюционировала в русле философии, социологии и психологии (Г. Тард, Г. Лебон, Т. Адорно, Г. Лассауэлл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и др). Она также оформлялась в русле теории информации и кибернетики (Н. Винер, К. Шеннон, С. Бир и др.), потом на первый план вырвалась социолингвистика, сегодня активны постмодернистские теории. Ученые, говоря об «отцах–основателях» данной науки, чаще других называют имена таких отечественных мыслителей, как А.Ф. Лосев, М.М. Бахтин, Л.С. Выготский. В основе этой науки лежат законы «усмотрения», понимания, без которого было бы абсолютно невозможно культурное развитие.

Эта методическая установка не предполагает каких-либо жестких схем текстологического анализа, хотя аксиоматично требование анализировать ПТ как результат коллективного (массовидного и синкретичного по форме реализации в умах потребителей) и одновременно – индивидуально-авторского словесного творчества, что невозможно без рассмотрения ЖТ (и с оговорками — МД) как системы элементов, объективно включенной в «контекст» и «затекст» культуры, т.е. в метасистему реальных иерархических связей текста с культурным прошлым, настоящим и будущим. Каждый из элементов системы (тема, идея, жанр, проблематика, язык, авторская маска, пафос) может быть соотнесен с другими элементами метасистемы, и эта корреляция разрозненных частей целого помогает не только ответить на вопрос о причинах и мере эффективности воздействия на аудиторию, но позволяет хотя бы отчасти избежать методического редукционизма, который является реальной угрозой гуманитарной науке в эпоху практицизма и прагматического («целесообразного») изучения культуры/28/.

Социологический взгляд на коммуникацию (и, естественно, журналистику) в нашей стране был всегда преобладающим, и это естественно: политическая информация органично связана с «незастывшей современностью», с анализом злободневных проблем. Анализ медиа-эффектов невозможен без социологических выкладок. Социальный аспект коммуникативистики достаточно легко формализуется, ощущения и вкусы потребителей информации сравнительно быстро переходят в строгие социологические данные (тираж, доход издания, рейтинги передач и т.д.), что позволяет опереться на статистику. Однако далеко не все поддается строгому учету, необходимо, изучая медиаинфомацию опираться и на данные глубинной психологии восприятия, и на эмоциональное индивидуальное «прочувствование» текстов, и на интуицию самих медиакритиков и всех, пишущих о специфике коммуникативных процессов в СМИ. Возможны и другие подходы.

Особенностью культурологического рассмотрения массовых коммуникаций, особенно публицистики (в первую очередь – писательской публицистики), является акцент на логико-семантический и эстетический анализ убеждающего дискурса в неразрывной связи формы и содержания высказывания. Культурологический взгляд на любую проблему укрупняет объект привычного социокультурного анализа, а в нашем случае «выдвигает» (подчеркивает) когнитивную функцию СМИ как носителей коллективной памяти, которая определяет сущность и пафос выступлений большинства журналистов, читателей, ученых, выступающих в качестве экспертов, публицистов-обозревателей и т.д. Культурный код в ряде случаев при этом подходе важнее экономического и политического кодов.

Культурологический подход — это взгляд на текст сквозь призму эстетических категорий, это убеждение, отрицающее господство социально-экономического фактора в истории человеческой культуры. Экономический базис, без которого, естественно, невозможна никакая духовная эволюция, не может быть определяющим фактором культурного прогресса уже потому, что вся история человечества свидетельствует в пользу

свободного творчества, незаинтересованной эстетической игры, полета фантазии, словом, всего того, что нельзя свести к «экономизму» и «материализму».

Один из первых теоретиков коммуникативистики, американец Гарольд Лассуэлл считал, что коммуникация — важнейшая часть социальной жизни, а ее важнейший элемент — социальный «эффект» (неотделимый от анализа аудитории и канала). Среди линейных (механистических) моделей коммуникации выделяют его формулу: *Who says what to whom in which channel with what effect?* (Кто? Что? Кому? Как? С каким результатом?), ставшую классической для теории коммуникации. Г.Лассуэлл одним из первых в коммуникативистике поставил вопрос об управлении массовым сознанием с помощью СМИ. Его социологический анализ массовых иллюзий раскрывает природу и специфику общественного сознания, так называемого «практического», «массового», сознания. Модель Г. Лассуэлла, разработанная им в 1939-40 гг., сегодня называется линейной,: коммуникация понимается как прямое воздействие на реципиента, который выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию по принципу «стимул-реакция». В основном ее критиковали за отсутствие такого важнейшего элемента МК, как цель. Коммуникатор всегда ставит перед собой какие-то цели. Действительно, даже жесткие новости не могут быть полностью непредвзяты: их отбирают с какой-то целью, это закон любой деятельности.

Г.Лассуэлл рассматривал коммуникацию как сложный процесс, имеющий свои социальные функции, внутреннюю структуру и общую направленность: «как любой процесс коммуникация может быть рассмотрена с точки зрения структуры и с точки зрения функции, иначе говоря, с позиции структурного и функционального анализа»/26, 104/. Важным концептом в теории коммуникации является концепт «массовая медийная (как правило, если иметь в виду стиль общения, публицистическая) коммуникация». Это емкий и полезный для коммуникативистики концепт, центральным элементом которого выступает понятие социального общения с помощью («посредством», как говорят специалисты ПР) транслируемых на большие расстояния медийных сообщений. Это коллективное общение, включающее в свое семантическое поле понятия «поиска», «создания», «обработки» и «передачи» (распространения) общественно значимой информаци с помощью текстов и дискурсов, в свою очередь формирующих медийные коммуникативные акты и процессы/9, 35/. Более популярна модель коммуникативного процесса с обратной связью Н. Винера, модели «двух»- и «n-ступенчатого» «потоков информации», однако модель Г. Лассуэлла была теоретически и практически востребованной для описания процессов различных видов массовых коммуникаций, в том числе — пропагандистских.

Позже распространились идеи философии *диалогизма*, связанные с именем русского ученого, литературоведа и лингвиста М.М.Бахтина. Близкие идеи высказывал выдающийся французский семиолог Ролан Барт. По его мнению, слово — только возможность значения, получаемого в конкретном тексте. Причем, каждое новое прочтение текста создает новое значение, читающий как бы пишет свой собственный текст заново. Совместный поиск смысла – такова упрощенная формула анализа текстов в системе массовых коммуникаций, в том числе и ЖТ, и ПТ, и любого другого текста.

3. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВИСТИКИ

Долгие столетия прагматически-инструментальный подход к масс-медиа преобладал, он породил пренебрежительное отношение к проблеме методологии анализа текста, что на практике привело либо к «содержанизму» (анализ идей, социологических и политических концепций, моральных уроков и т.д. и т.п.), либо к «формализму» (анализ языковых особенностей, стилевых структур, интонаций, метафор и т.д. и т. п.). И это нанесло ущерб анализу ЖТ как органической смысловой целостности, оказывающей значительное воздействие на культуру.

Публицистический стиль, поэтику вербального медийного текста нельзя изучать без учета данных междисциплинарной науки, которую условно в учебных планах обозначают как «ОТК», основы теории коммуникации. Центральными понятиями в процессе массовой коммуникации являются 1)Коммуникатор (синонимом в данном пособии будет слово «автор»), причем, как следует ожидать, нас будет больше интересовать автор журналистского текста (ЖТ); 2) послание («мессидж»), реализуемое чаще всего в виде текстов и дискурсов, и сопровождаемое неизбежными информационными шумами; 3) реципиент (получатель, аудитория и т.п.).

ОТК имеет прямой выход на практику медийной деятельности, это бизнес-коммуникация (ПР, реклама, маркетинг), организационная коммуникация (управление и коммуникативный менеджмент), общественно-политическая коммуникация (политический ПР, публичная коммуникация), социальная работа и др. Передача любой информации возможна лишь посредством знаков,

точнее — знаковых систем. Обычно различают вербальную и невербальную коммуникацию, причем последнюю делят еще на несколько форм: кинестетика, паралингвистика, проксемика, визуальное общение. Каждая из них образует свою собственную знаковую систему. Овладевая словом, человек автоматически усваивает сложную систему связей и отношений, в которых состоит данный предмет, сложившихся в многовековой истории человечества. Общение всегда было процессом символопорождения, «означивания» реальности. Эта способность анализировать предмет в процессе создания знаковых систем называется денотативно-структурирующей семантизацией и тематизацией мира [14, 102].

«Масс-медийное» общение – чрезвычайно многогранный процесс, реализующийся в разных сферах и на разных уровнях социальных отношений и изучаемый с позиций интердисциплинарности, комплексного рассмотрения текста и затекста. Отечественные ученые (Ю. Лотман, Ю. Степанов, С. Аверинцев) отмечают факт стремительной «семиотизации» культуры в условиях информационного взрыва, что и стимулирует деятельность сторонников семиотического (чаще лингвистического) анализа текстов культуры, в том числе и словесно-знаковых медийных текстов (МТ). По этому поводу Ю. Лотман замечал: «Язык это код плюс его история»/15,13/, подчеркивая значимость расшифровки, декодирования чужого слова. Знаки и символы, по мнению ряда коммуникативистов, служат ядром культуры как процесса накопления и передачи человеческого опыта, долгого процесса смыслового упорядочивания мира. Так возникла концепция символического интеракционизма Дж. Г. Мида, делавшего упор на изучении МК как потока сигналов и реакций на них. Французский исследователь Юлия Кристева, развивая идеи Бахтина и Барта, предложила понятие *интертекстуальности:* текст создается в виде «цитатной мозаики», прямых или косвенных ссылок на ранее воспринятые чужие тексты. Все эти теории стали общими в разных отраслях гуманитарного знания.

Социолог и философ Юрген Хабермас сравнительно недавно писал о том, что понятие коммуникативного действия предполагает язык как среду некоторой разновидности процессов взаимопонимания, в протекании которых участники «взаимно выдвигают притязания на значимость, которые могут быть признаны или оспорены». Это означает, что желающий быть понятым должен быть сам уверен в истинности своих суждений, в правильности речевых актов (относительного некоего значимого нормативного контекста), в том, что «речевые интенции так мнятся, как выражены». Другими словами, согласно Ю. Хабермасу, любое коммуникативное действование предполагает использование стратегий, направленных на достижение взаимопонимания, что в свою очередь предполагает согласие участников диалога на сотрудничество в пределах разделяемого мира, в согласовании своих иллокутивных целей. При этом солидарность не обязательно связана с успешностью диалога. Хабермасовская трактовка «жизненного мира» частично опирается на феноменологию Э. Гуссерля, но в то же время этот концепт означает в первую очередь «языково организованный и передаваемый от поколения к поколению посредством культурных традиций запас образцов толкования» [31, 79]. ЖТ в этой трактовке будет в первую очередь процессом фиксации злободневных фактов и текущих событий, а ПТ, кроме сказанного, еще обязательно является частью убеждающего МД. Исследователи на Западе, безусловно, накопили ценный опыт изучения массовой коммуникации. Вместе с тем, как показал В. Терин, им не приходится иметь дело с такой массовой аудиторией, как наша, когда миллионы людей, внезапно для себя очутившись за пределами прежней информационной изоляции, должны в срочном порядке открывать для себя мир массовой коммуникации во многом заново/26/. Такое «повторное открытие» массовой коммуникации — это фактор, учет которого имеет принципиальное значение.

Выдающийся ученый-психолог А. Леонтьев справедливо отмечал, что возникновение первых человеческих общностей необходимо сопровождалось становлением семиотических систем, позволявших людям «передавать друг другу ни одни только простейшие трудовые навыки, а любые достижения человеческого знания и мышления...»/13, 29/. История коммуникативистики во многом перекликается с эволюцией знаковых систем в западной культуре, с историей масс-медиа. Сегодня под влиянием масскульта и постмодерна развитые страны Запада переживают инфляцию знаков и символов: виртуальность, помогая обмену информацией, нередко ведет к утрате естественности человеческого общения. Вернуть эмоциональную достоверность медийному тексту – такова обязанность современной журналистики, нередко погружающейся в постмодернистскую релятивизацию новостей и мнений о происходящих событиях.

Не утратила в ситуации постмодерна своего традиционного значения и эстетическая направленность многих коммуникативных актов. Художественные тексты, вершина эстетического айсберга, аккумулируют эмоционально-духовный опыт человечества. Всем известна роль искусства и особенно литературы как средства эстетического воздействия, используемого коммуникаторами.

Общение в сфере Прекрасного было и остается предметом пристального внимания теоретиков (М. Бахтин, А. Лосев, В. Бубер, В. Тюпа и др.), для которых художественное слово, символика и знаково-эмблематическая образность в литературных текстах является вершиной коммуникативного творчества.

Авторы работ по лингвокультурологии, теории СМИ, коммуникативистике (в частности, И. Р. Гальперин, В. Г. Костомаров, М. М. Назаров, Гг. Почепцов, Дж. Гербнер и др.) трактуют смысловую сущность медийной и собственно журналистской информации (и в какой-то мере специфику деятельности ее творцов) как совокупность любых интересных и социально значимых сведений о мире, как лингвокультурологический тип кодирования, хранения и распространения актуальных политико-экономических и прочих данных о реальных событиях и фактах каждодневной жизни людских коллективов, как оперативную, (зачастую – поверхностную) оценку культурных ценностей, как важнейшую составляющую в духовной и материальной деятельности человека, как «новость» и т.д., но всюду присутствует момент общения людей, которое должно быть хотя бы в минимальной степени успешным.

Нельзя игнорировать роль культурократических настроений в среде художественной интеллигенции, особенно чуткой к языковым процессам. Суть лингвокультурологического или культуролого-информационного подхода (а это часть более общего культурологического метода изучения информации) как раз и определяется необходимостью вычленить те аспекты анализа, которые отличают деятельность медиакритиков от деятельности социологов, психологов, историков и т.д.

Существует сотни разных интерпретаций литературных текстов, но нигде не встретишь вековых споров о смысле какого-либо медиасообщения. Нет долгих споров о влияниях тех или иных журналистских традиций на конкретных авторов. Нет длительных баталий о направлениях в журналистике. И это всем понятно. Другие цели у авторов, другие установки у аналитиков. Текст в СМИ, будучи каплей в мощном информационном потоке, в идеале не может не иметь практических последствий. Но это эффект лавины, когда под влиянием резонанс-совпадений и повторений квант информации перерастает в шквал манипулятивной семантики. С языковой точки зрения, как отмечено учеными, журналистский текст – это целостная организация, построенная по законам и нормам того или иного языка, представляет собой некоторую систему (языковых) знаков. Вместе с тем, ЖТ является крохотным «квантом» информации, сливающимся с Ниагарским водопадом иных квантов, с бесконечностью фактов в сфере МД. Текст в реальной жизни сливается с метатекстом, соединяется со стремительным потоком других текстов, приобретающих дополнительный смысл благодаря затексту. Справедливо говорят о смыслообразующей функции подтекстов, открытой или скрытой соотнесенности с аналогичными текстами, в ПТ — прежде всего с текстами самого автора. Смысл ЖТ порождается и опытом потребителя, опытом миллионов людей.

ЖТ соединяет языковые и смысловые пласты всех иных текстов, не растворяясь (в идеале) ни в одном. МД выступает как цемент в здании культуры: без иных отраслей знания он мало что значит и не является таким «строительным материалом», как знания из специальных областей (химии, физики и проч.), что требует не углубления в содержательную бесконечность высказывания, а систематизации дискурсных потенций ЖТ и МД. Социально-историческая значимость информационно-культурной деятельности журналистов обусловлена не в последнюю очередь эстетическим началом, хотя, естественно, есть и более сущностные параметры ПТ и ПД (новизна и оперативность информации, социальный смысл и общезначимость проблематики, масштабность выводов, рекомендаций, авторского замысла и т.д.). Парадокс состоит в том, что законы красоты никем не отрицаются, но далеко не всегда учитываются в должной мере, когда речь идет о подготовке журналиста. Методологический базис, создаваемый в процессе обучения, не подкрепляется работой бытового сознания или хотя бы современной практикой интерпретации текстов.

На рубеже XXI века процесс перехода многих стран в информационную стадию развития ознаменовался известным повышением роли средств массовой информации, МК в целом, в становлении «технологического мышления. Это было во многом связано с распространением принципиально новых систем связи, кабельного радио и телевидения, компьютерных текстовых коммуникационных систем, а также индивидуальных средств хранения информации (видеокассет, дискет, дисков и т.д.). Кроме того, в настоящее время подавляющее большинство граждан получает политическую и социальную информацию почти исключительно через электронные СМИ, которые, как подчеркивает В. И.Сапунов, выступают не только необходимым передаточным звеном в сложном механизме политики, но и ее творцом [22, 16].

Как отмечает немецкий политолог Н.Больц, «вследствие того, что наши знания о реальности

опосредованы СМИ, стало бессмысленным отличать отображение от отображенного явления... Что есть тот или иной политик или событие — это вообще можно понять лишь в их медиальной (через СМИ) инсценировке. То, что реально происходит, становится общественным событием только через свое медиальное отображение» [6,4]. Восприятие информации как квазифакта и виртуального события усилилось в эпоху кинематографа и возросло по экспоненте в наше время, время Интернет. Умерший в 2007 г. Ж. Бодрияр писал: «Особое очарование Америки состоит в том, что за пределами кинозалов кинематографична вся страна. Вы смотрите на пустыню так же, как смотрите вестерн, на метрополии – как на экран знаков и формул. То же самое ощущение возникает, когда выходишь из итальянского или голландского музея и оказываешься в городе, который кажется отражением этой живописи, словно она породила его, а не наоборот. Американский город тоже, кажется, получил жизнь от кино <...> Идолы экрана имманентны развертыванию жизни в образах. Они – система великолепного заводского производства, восхитительный синтез стереотипов любви и жизни... Это объекты-фетиши, не имеющие ничего общего с воображаемым, но представляющие собой материальный вымысел образа» [3, 127]. Эта цитата убеждает в актуальности культурологического анализа коммуникативных процессов: для культурологов концепты «миф», «симулякр», «массовая культура» и др. органичны, для медиакритиков – пока нет.

Известно, что способность различных средств массовой информации сосредоточивать внимание реципиентов на предлагаемых материалах неодинакова. Соответственно различается и количество усваиваемой информации, и влияние, которое каждое из средств может оказать на аудиторию. Российский читатель привык к обработанной информации, к анализу тех событий, которые он и так знает, а если не знает, то не горит желанием узнать. Следовательно, воздействие осуществляется напрямую: журналист – реципиент[2].

Реакция СМИ на информационно-культурные новации 20 века, особенно на технологические изобретения, отразила такую тенденцию эволюции массового сознания, как отказ от авторитарного слова и авторитетного мнения, что в свою очередь повлекло за собой дальнейшее и стремительнейшее развитие плюрализма, свободы выбора, «антииерархических» настроений в методологии гуманитарных наук. В.Н. Чубарова справедливо писала, что постмодернизм (постструктурализм в ее понимании) оставляет этому миру свободу действий. Взамен картины мира с героем, автором в центре приходит объемная картина разных точек зрения, мозаичность восприятия как одно из основных средств структурирования мира, его «тематизации». Эклектизм в постмодернистской «чувствительности» (т. е. мирочувствовании) выступает как принцип сочетания и соединения достаточно разнородных явлений и смыслов. Мозаичность и эклектизм современной культуры не только отразились в зеркале масс – медиа, но и были усилены, причем многократно – деятельностью журналистов, отказавшихся от попыток упорядочить или исправить хаотично несущийся поток существования. Калейдоскопичность МД отражает самоочевидную специфику современной публицистики.

Для анализа отдельного ЖТ важнейшей аксиомой стала категория «событийность», отражающая течение общественной жизни в ее разнообразных и нередко случайных проявлениях. Журналисты отбирают характерное, но это не означает, что все события, запечатленные в СМИ типичны и закономерны. Анализируя новостной поток, легко убедиться, что в МД количественно преобладают события необычные, отражающие отдельные грани бытия, не претендуя на целостность воспроизводимой картины. Для коммуникативиста, анализирующего структуру высказывания, принципиально нет разницы между большим и малым событием, между типичным и исключительным фактом, между реальным событием или представлением о нем, между документом и идеей, мнением. Важнее анализ самого характера и стиля высказывания, т.к. данная наука изучает вначале принципы медийного общения, а затем жизненные проблемы, стоящие за ним. Ясно, что у теоретика журналистики методологическая установка иная. Без классификации событий по значимости, без разговора о реальности, стоящей за Словом, не может быть профессии медиакритика или теоретика СМИ. Типология жанров, изданий, журналистских школ и т.п. волнует теорию журналистики гораздо больше, чем, скажем, проблема иллокутивного акта в ходе написания заметки о лопнувшей трубе.

Итак, сделаем выводы.

1. Есть две родственные науки, которые толкуют об одном явлении, но часто по-разному. Их

[2] Как подчеркивает В. Сапунов, такой способ воздействия, с одной стороны, помогает исключить нежелательное понимание каких-то событий среди той части населения, которая готова принять позицию коммуникатора, а с другой – активизирует мыслительную деятельность духовной элиты. И здесь все зависит от убедительности послания. В настоящее время важнейшая системообразующая характеристика мироустройства заключается в следующем: Запад, имея менее 15% населения Земли, контролирует более 70% мировых ресурсов, производства, торговли, потребления. Отсюда и гегемония Запада на рынке информации.

сотрудничество крепнет, но при этом и размежевание неизбежно. Коммуникативистика в поисках смысла активнее опирается на данные культурологии. Теория журналистики больше тяготеет не к методологии, а к методике лингвокультурологических исследований, охотно используя для своей пользы любые методы конкретного анализа фактов и явлений, отражаемых зеркалом СМИ. ММК стала значительным явлением в современной гуманитарной сфере позже журналистики, но по степени распространения в культуре выходит на первый план. В условиях стремительного роста количества коммуникативных актов необходимо более основательно представлять особенности трактовки привычных вроде бы понятий, например, таких, как медийный, рекламный или публицистический текст. Важно ответить на вопросы о том, как анализировать тексты, которые являются основными «квантами» информационного континуума, как понимать известные слова с точки зрения их коммуникативно-медийного бытования и осмысления в постиндустриальном обществе.

2. Это и есть один их рычагов глобально-манипулятивных технологий правящих элит, задающих фрейминг политической коммуникации в обществе, о чем верно пишет В. Сапунов, к сожалению, игнорирующий диалектику случайного и закономерного, взаимосвязь управляющих и управляемых в ИО [22].

На Западе период абсолютизации воздействия СМИ, начавшийся в начале XX в., быстро сменился периодом сомнений, что привело к возникновению теории ограниченного воздействия (Карл Ховланд, Мелвин Дефлер, Поль Лазарсфельд, Леон Фестингер и др.), в последние десятилетия одной из важнейших граней теории сомнения стали наблюдения психолога Л. Фестингера над селективными процессами при восприятии медийной информации. Даже самые доверчивые потребители не могут запомнить все, что им предлагают СМИ. Более того, критичность восприятия подкрепляется инстинктивным стремлением к известному, устоявшемуся. Как показал в своей книге «Эффекты массовой коммуникации» Дж. Клаппер, люди бессознательно адаптируют к своему «Я» полученные сведения, противоречащие их установкам и опыту, что и препятствует манипулятивному использованию СМИ.

3. Наша страна, как известно, проходит полосу многостороннего кризиса, и средства массовой коммуникации способны сыграть серьезнейшую роль как в преодолении, так и в углублении кризисных процессов. Изучая коммуникативные акты в масс-медиа, целесообразно иметь в виду влияние глобализационных процессов на национальные культуры. Также изучение основ теории коммуникации предполагает понимание последствий научно-технического прогресса, обрушившего на людей Ниагарский водопад информации, переработка которой требует все новых и новых усилий (и даже жертв!), связанных, в частности, с освоением чужих ментальностей. Рыночные преобразования структурируют модели символьного и символического воздействия масс-медиа, при этом нередко гипертрофируя систему двусторонних связей, в основе которых лежит идея диалога, или, как говорят специалисты по информатике, «подпитки» коммуникатора со стороны реципиента.. Абсолютизация принципа обратной связи не соответствует закону монологического авторитарного воздействия, не утратившего свою силу в век компьютерных мультимедийных коммуникаций. Коммуникационные технологии и сегодня предполагают наличие односторонних отношений процессе общения коммуникатора и реципиента. Это четко проявляется в периоды предвыборных кампаний, когда избирателям навязываются программы и кандидаты.

4. В условиях массовизации коммуникативных процессов необходимо обращать особое внимание на психологию восприятия виртуальной реальности, данной нам с помощью новейшей техники и масс-медиа. Культурологический взгляд на проблемы массовой коммуникации позволил дать перспективу мониторинга коллективной информационной безопасности, а лингвокультурологическое истолкование семантики медийных сообщений гарантировало убедительное объяснение манипулятивных стратегий, успешности воздействия на аудиторию разных форм и жанров в СМИ. И здесь полезна новая синтетическая наука о массовой коммуникации, призванная интегрировать достижения многих конкретных дисциплин с целью охарактеризовать глобальные закономерности человеческого общения в сфере масс-медиа.

5. Сотрудничество теории журналистики и коммуникативистики будет более плодотворным, если в расчет будет приниматься факт неслиянности этих наук, тяготеющих в первом случае к эмпирике и практической деятельности по сбору, обработке и передаче социальных фактов, а во втором к абстрагированному моделированию коммуникативных практик, как это слово понимают французские интерпретаторы текстов и дискурсов. В первом случае образ автора текста более релевантен, во втором он может и исчезнуть, «умереть», уступить место анонимному коммуникатору.

6. Данное эссе превратилось по ходу рассуждения в привычную статью, но элементы предположительности таковы, что название решено было сохранить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакулев Г. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. пособие / Г. Бакулев — М., 2005. — 233 с.

2. Богуславская В. Моделирование текста: лигвосоциокультурная концепция / В. Богуславская — Ростов-на-Дону, 2003. — 192 с.

3. Бодрияр Ж. Америка / Бодрияр Ж. — СПб, 2000. - 288 с.

4. Борев В.Ю. Культура и массовая коммуникация / В.Ю. Борев, А.В. Коваленко – М.: Наука, 1986. – 326 с.

5. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация/ Т.А. Ван Дейк. – М., 1989. — 429 с.

6. Гаджиев К.С. Политическая идеология: концептуальный аспект / К.С. Гаджиев // Вопросы философии. — 1998. — № 12.

7. Дебор Ги. Общество спектакля / Ги Дебор; перевод с фр. С. Офертаса и М. Якубович. — М.: LOGOS, 2000. – 200 с.

8. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества / Л.М. Землянова // Толковый слов. терминов и концепций. — М.: Изд-во МГУ, 1999 .

9. Землянова Л.М. О постмодернизме в коммуникативистике / Л.М. Землянова //Вестник МГУ, серия 10, журналистика. — 1998 — №3.

10. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Московского университета, 1995. – 268 с.

11. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс – М.: Государственный университет – Высшая школа экономики, 2000. – 606 с.

12. Кашперский В.И. Информация / В.И. Кашперский // Современный философский словарь / Под общ. ред. д.ф.н., проф. В.Е. Кемерова. — Минск: ПАНПРИНТ, 1998. — 362 с.

12. Конецкая В.П. Социология коммуникации : Учебник / В.П. Конецкая. — М. : Междунар. Ун-т Бизнеса и Управления: Братья Карич, 1997. — 311 с.

13. Леонтьев А. Возникновения и первоначальное развитие языка / А. Леонтьев — М., 1963. – 203 с.

14. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф / А.Ф. Лосев — М., 1982. – 301 с.

15. Лотман Ю. Культура и взрыв / Ю. Лотман — М., 1992. — 182 с.

16. Маслоу А.Г. Мотивация и личность / А.Г. Маслоу – СПб.: Евразия, 2001. — 384 с.

17. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, 2003. - 157 с.

18. Маклуэн М. С появлением Спутника планета стала глобальным театром / М. Маклуэн. — Кентавр, 1994. — №1.

19. Миронов В. Коммуникационное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии // Вопросы философии. — 2006. — № 2.

20. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М.М. Назаров – М., 2004. - 166 с.

21. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации / Т.В. Науменко – СПб., 2002. — 229 с.

22. Сапунов В.И. Теоретико-методологический анализ современного медиапространства Запада в контексте концепций информационного общества / В.И. Сапунов // Акценты. — 2005. — № 7-8.

23. Смотрова И.В. Стиль качественной англоязычной газеты и эволюция экспрессивно-стилистической модели англоязычных газет в 1990- 2000-е гг./ И. В. Смотрова, В. В. Хорольский // Акценты, — Воронеж, 2004. - Вып. 5-6.

24. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. — 329 с.

25. Социологический энциклопедический словарь. — М., 1998. — 511 с.

26. Терин В.П. Массовая коммуникация: Исследование опыта Запада. – М.: МГИМО, 2000. — 309 с.

27. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстэр — М.: Аспект Пресс, 2000. — 558 с.

28. Хорольский В.В. Западная публицистика XVIII-XX вв.: учебное пособие // В.В. Хорольский. — Воронеж, 2007. — Ч. 1-2.

29. Хорольский В.В. Постмодернистский текст в постиндустриальном обществе: культурологические перспективы // Вестник ВГПУ. Вып.1. – Воронеж, 2000.

30. Федотова Л.М. Социология массовой коммуникации / Л.М. Федотова. – М.: Аспект Пресс, 2002. - 299 с.

31. Фурс В. Философия незавершенного модерна Юргена Хабермаса / В. Фурс — Минск, 2000. – 173 с.

32. Rogers E.M. A History of Communication Study. N.-Y., 1997. – 302 p.

33. http://www.avtonom.org/lib/theory/debord/society_of_spectacle.html

34. http://rspu.edu.ru/li/journal/boguslav.htm

Рецензент – В.В. Тулупов.

Статья принята к печати 15.01.2007.

ЖУРНАЛИСТСКИЙ MESSAGE И ЕГО ИСКРИВЛЕНИЯ В ЛАБИРИНТАХ КОНТЕКСТА

© 2007 Е.А. Цуканов

Старооскольский филиал Воронежского государственного университета

Говорить о социализирующей, а тем более о воспитательной миссии журналистики и масс-медиа в эпоху преизобилия коммуникаций, на наш взгляд, можно лишь с известной долей иронии. Теоретики, чувствуя пикантность предмета разговора, вынуждены скорее *разводить* понятия журналист и педагог, чем сближать их [7, С. 36]. Пикантность эта заключается в том, что, с одной стороны – очевидна «необходимость в осознании профессионально-этических категорий, образующих фундамент системы нравственных регуляторов журналистского поведения» [3, С. 210], а с другой – не вызывают сомнений засилие на ТВ шоу-бизнеса, преднамеренное развращение аудитории, особенно молодежной, утрата нравственных ценностей, пропаганда американской массовой культуры и полный произвол в изображении интимных отношений [7, С. 48-49].

Однако, дело даже не в том, что в последнее время резко снизился моральный облик практикующего журналиста, любой ценой стремящегося к коммерческому успеху, известности и проч. Как отмечал итальянский семиотик У. Эко, сама индустриализация средств коммуникации изменяет смысл сообщений, то есть тот блок значений, который задумал передать автор [10, С. 407-409]. Иными словами, the medium is the message[1], т. е. любое журналистское послание аудитории, самого духовного и самого нравственного содержания, в силу поточности, конвейерности производства новостей сегодня обречено на обессмысливание.

Под обессмысливанием мы будем иметь в виду изменение исходного значения сообщения, заключенного в тексте, приводящее к неадекватному пониманию сообщения реципиентом. То есть мы защищаем презумпцию авторского смыслополагания. Она заключается в том, что message[2] [2, С. 208] – в данном случае журналистский – имманентно несет в себе то (и только то) содержание, которое вложил в него его отправитель, конечной же задачей получателя является верная декодировка содержания сообщения. Подобный подход не имеет ничего общего с постмодернистскими концепциями, трактующими смысл как сугубо процессуальный феномен: по Делезу, смысл «производится: он никогда не изначален»; по Р. Барту – семантическое бытие текста «есть становление» [6, С. 733] и т. п.

Мощным фактором обессмысливания журналистских сообщений является *поглощение единичных текстов, транслируемых СМИ, хаотичной текстовой средой, т. е. контекстуальным окружением*. Обладая несомненнойнеповторимостью на уровне семантики, синтактики и прагматики, журналистское произведение – будь то газетная публикация или же телевизионная передача – всегда вмонтировано в систему отношений с другими произведениями, не менее уникальными по своей сути. Печатные, фото-, иллюстративные и пр. материалы на полосе, ТВ-программы, фильмы, рекламные блоки в сетке телевещания, коммуницируя друг с другом, обрастают интертекстуальными связями, все более теряя смысловую суверенность. Некоторые исследователи, правда, полагают, что именно в зонах пересечения автономных и замкнутых в своих границах текстов создаются условия для т.н. «смыслового взрыва»[4, С. 35-43], возрастания информативности семиотических систем. Однако не будем спешить с выводами. Да, действительно, нельзя не признать того факта, что в результате сближения и

1 См. работу М. Маклюэна «Понимание Медиа: внешние расширения человека», в которой одна глава так и называется – «Средство коммуникации есть сообщение».

2 Мы берем понятие message в трактовке Л. М. Земляновой, согласно которой это слово означает информацию, ее содержание и реализацию функции общения. Message есть сообщение, послание, письмо, поручение, миссия, проповедь, идея.

столкновения различных точек зрения, идей, концепций, культурных направлений, жанров иногда возникает нечто совершенно оригинальное и потрясающее. К примеру, кинематограф, ставший результатом синкретизации нескольких вполне самодостаточных видов искусств. В то же время мы можем констатировать явную химеричность подобных образований, нарушающих чистоту восприятия своих адресатов за счет природной манипулятивности.

Согласно т. н. герменевтическому правилу, озвученному Х. Г. Гадамером, «целое надлежит понимать на основании отдельного, а отдельное на основании целого». Подобная установка применима и к журналистской деятельности, особенно к той ее ипостаси, которая связана с оформительскими решениями, дизайном и верстkой. Верстка – упорядоченное определенным образом размещение текстов, фотографий, рисунков и графики на полосах печатных изданий или же выстраивание телевизионных / радийных выступлений (тоже распознаются как своего рода тексты) в той очередности, которая не противоречит здравому смыслу и общей концепции канала, если таковая имеется. Как отмечают специалисты, в задачу дизайнера, помимо всего прочего, входит выявление сложнейших связей между рядом текстов [8, С. 66-67], умение скомпоновать их так, чтобы они выражали некую общую идею. Дизайн даже недвусмысленно распознается как тонкий инструмент комментария, т. к. он не просто опредмечивает содержание, но и способствует возникновению и выявлению определенного подтекста [8, С. 73]. Несоблюдение требований оформления может привести к искажению смысла отдельных публикаций, потере логики в отношениях между граничащими друг с другом материалами и, как следствие – к неудобочитаемости текстов и межтекстовых единств[3] [1, С. 119]. Коммуникативный процесс в результате становится неуправляемым, искривленным, деформированным и плохо прогнозируемым.

Обратимся к примерам того, как в реальной медиапрактике позитивно заряженный журналистский message меняет свою специфику на противоположную благодаря контакту с несовместимым контекстом, в лучшем случае – растворяясь и теряясь в нем, а в худшем – раздражая или пугая аудиторию, вызывая подчас справедливое отвращение.

В газете «Известия», относящейся к группе общероссийских качественных изданий, нередки случаи смешения разных по настроению сообщений. Так, в № 210 от 14 ноября 2006 г. на первой полосе расположена фотография не теряющего оптимизма перед важной встречей с Македонией главного тренера национальной футбольной сборной, Гуса Хиддинка, запечатленного в танцевальной позе во время тренировки. Однако позитивный импульс надежды на победу, заложенный в фото корреспондентом, тут же угасает при переносе нашего внимания на соседнюю публикацию, озаглавленную «”Сухой остаток»алкогольного кризиса». Газета бередит раны читателя, знающего о том, что тысячи россиян отравились некачественными спиртосодержащими напитками за последние месяцы. Многие случаи отравления имели летальный исход. Комплексное восприятие двух сообщений рождает обобщенный парадоксальный дискурс «Хиддинк радуется алкогольному кризису в России, унесшему сотни жизней». Другой возможный эффект от микширования диссонирующих кодов – появление привкуса суррогатной алкогольной горечи у ожидаемой спортивной виктории.

Вообще, подобные смысловые сдвиги возникают как результат монтажа, являющегося, как известно, одной из риторических фигур киноязыка. Именно теоретики кино впервые заметили феномен т. н. «заражения»[4] предметов друг от друга вследствие их соположения [9, С. 230]. В начале 1920-х годов режиссер и теоретик кино Л.В. Кулешов произвел несколько экспериментов, сделавшихся в дальнейшем классическими. Он смонтировал одно и то же киноизображение, дававшее крупным планом лицо известного актера немого кино Мозжухина, с различными кадрами: тарелкой супа, играющим ребенком, женщиной в гробу. Несмотря на то, что фотография лица во всех случаях была одна и та же, у зрителей создавалась отчетливая иллюзия мимики актера: лицо Мозжухина менялось, выражая оттенки различных психологических переживаний [5, С. 15]. Думается, что «эффект Кулешова» в своем творчестве должны учитывать не только кинематографисты, но и работники медийной сферы – пишущие журналисты, дизайнеры, верстальщики, чтобы не порождать несуразностей, примеры которых можно продолжать до бесконечности.

Первая полоса «Независимой газеты» (тоже, кстати, качественной и тоже общероссийской) от 19 марта 2003 г. № 53 демонстрирует цветное

3 Понятие «межтекстовое единство» вводится и хорошо раскрывается Л. Р. Дускаевой.

4 Великий Феллини, рассуждая о цвете в кино, пишет о том, что цвета любого кадра как бы заражаются друг от друга, между ними происходит обмен флюидами, в результате чего во время просмотра замечаешь, что какие-то светлые участки непонятно почему оказались затемненными, на каких-то других появились неожиданные отсветы, происходит постоянное размывание границ предметов.

фото, на котором американские солдаты с автоматами наперевес спрыгивают с бронемашины, готовые начать операцию в зоне Персидского залива. Справа к снимку примыкает рубрика с сентиментальным названием «Филантропия». Читателю, очевидно, предлагается понимать открытую агрессию США в отношении Ирака как акт гуманизма.

Дальше рассмотрим областную и городскую прессу. Публикация под заголовком «Бандитский Белгород. Врагам губернатора отрубают руки» снабжена уникальным предложением от «Билайн» «Сто минут бесплатно» – на модуле излучающий счастье мужчина натягивает на голову мотоциклетный шлем, расписанный в цвета фирмы, и широко улыбается («МК в Белгороде», 12–19 октября 2005 г., № 41. – С. 7).

Текст рекламной статьи, восхваляющий продукцию ОАО «Белгородхлебопродукт», озаглавленный «Чего хозяйка ждет от хорошей муки?» на четвертой странице газеты «Меридиан. Белгород – Старый Оскол» от 23 апреля 2003 г. № 15. подкрепляется сообщением «Живой труп из Белгорода гуляет по Москве». Видимо, для аппетита.

В газете «Старый Оскол» от 12 января 2006 г. № 2 на первой полосе красуется фото, на котором запечатлен кульминационный момент боя без правил между Ф. Емельяненко и южноамериканцем Зулузиньо. Рука Емельяненко занесена над противником, через секунду распластавшийся на ринге темнокожий атлет будет отправлен в глубокий нокаут. Снизу к фотографии прилегает материал поздравительного содержания: «Со старым Новым годом, друзья!».

На десятой странице в газете «Оскольские Новости» от 14 января 2003 г. № 2 общаются две рубрики – патриотическая «Конкурс «Моя малая Родина"» и секспросветовская «Секреты любви».

А иногда монтажно-смысловые курьезы становятся предзнаменованием. В «Известиях» от 8 апреля 2004 г. № 63 на второй странице М. Евдокимов, только что ставший губернатором Алтайского края, печально смотрит в сторону фотографии большегруза, попавшего в ДТП. В конце 2006-го это кажется пророчеством, хотя, конечно, бывают и случайные совпадения.

Что касается телевидения, то здесь даже беглого взгляда в программу передач на неделю достаточно, дабы убедиться в том, что качественные познавательные или духовно-воспитательные программы, которые и так выступают в роли редких диковинных вкраплений в общее безблагодатное информационное меню, скованы к тому же плотными рамками чужеродного контекста, перекрывающего любую эстетику и любую дидактику. Исключение составляют лишь специализированные каналы, такие как «Культура», «Спас» или же «СГУ ТВ», охраняющие свои пределы от вторжения элементов рекламного, развлекательного и пр. дискурсов.

Стоит также отметить и моду на инфотейнмент, распространившуюся среди телевизионщиков. Это стратегия, предполагающая, что зрителя в процессе информирования необходимо также еще и развлекать. Инфотейнмент разрушает новостную субординацию, и в этих условиях, к примеру, все равно, с чего начинать информационный блок – с большой политики или же с поп-культуры, а потому Владимир Путин и Гарри Поттер уравниваются в медиаполе. Как результат – нивелировка смыслов и девальвация ценностей. Это тоже воспитание, только воспитание специфическое, замешанное на категорическом отрицании серьезности и культе игры.

В завершение следует сказать, что воспитательно-социализирующая миссия СМИ сегодня осложняется не столько скептическим отношением большинства журналистов к нормам морали, забвением базовых принципов профессиональной этики, сколько развитием самой медиаиндустрии, ускорением и усложнением процессов производства и трансляции информации, гипертрофией контекста. Беспорядочные дизайн и верстка печатных изданий, непродуманное составление телевизионных программ, фаршировка качественных телевизионных продуктов рекламой и т. п. обессмысливают, искривляют любой позитивный журналистский message, заставляя его мутировать под прессингом интертекстуальных влияний. Чтобы противостоять этому, необходимо выработать кардинально иной подход к продуцированию, оформлению и распространению информации. Он предполагает, во-первых, тщательную фильтрацию и сортировку новостей. Для этого понадобится дополнительное время, а значит, предполагается замедление темпов деятельности редакционных структур, что, впрочем, компенсируется улучшением качества производимой продукции. Во-вторых, следует противостоять легкомысленному экспериментированию как в области жанрообразования, так и в области текстообразования, размывающему устойчивые границы между материалами и создающему смысловой сумбур на уровне формы и содержания. В-третьих, стоит уделять особое внимание кадровому подбору верстальщиков, дизайнеров, художников-оформителей, от которых сегодня зависит не только имидж издания или телеканала, но и чистота коммуникации с потребителем информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2004.

2. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

3. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов / Г. В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001.

4. Лотман Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М.: Гнозис; Издательская группа «Прогресс», 1992.

5. Лотман Ю. Диалог с экраном / Ю. Лотман, Ю. Цивьян. – Таллинн: Изд-во «Александра», 1994.

6. Можейко М. А. Означивание / М. А. Можейко // История философии: Энциклопедия. — Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2002.

7. Свитич Л. Г. Профессия: журналист. Учебное пособие / Л. Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2003.

8. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / В. В. Тулупов. – Воронеж: Издательство «Кварта», 2001.

9. Феллини Ф. Делать фильм / Ф. Феллини // Иностранная литература. – 1981. – №9.

10. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб.: Петрополис, 1998.

Рецензент – В. В. Тулупов.

Статья принята к печати 07.10.2007.

АВТОР ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА КАК СУБЪЕКТ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

(на примере «Дневника писателя» Ф.М. Достоевского)

© 2007 В.В. Щурова

Воронежский государственный университет

Подводя итоги первого года издания «Дневника писателя», Ф. М. Достоевский пишет: «Главная цель «Дневника» состояла в том, чтобы по возможности разъяснять идею о нашей национальной духовной самостоятельности и указать ее по возможности в текущих представляющихся фактах <...> Россия сильна народом своим и духом его, а не то что лишь образованием, например, своим просвещением и проч., как в некоторых государствах Европы» [1, 62].

Слова эти помогают более отчетливо выявить пафос «Дневника» и его смысловую доминанту – интерес к духовному состоянию народа. О чем бы ни писал Достоевский – о Восточном вопросе, о месте русской интеллигенции, о конкретной практике отечественных судов, о положении женщины в обществе, о взаимоотношениях отцов и детей – его мысль как стрелка компаса всегда возвращается к главному: к нравственному обеспечению личности.

Этот интерес служит не просто смысловой составляющей всего повествования, но и определяет характер его. В центре внимания читателя оказывается не столько событие, сколько взгляд на это событие самого автора «Дневника». Именно поэтому можно говорить о своеобразной публицистической антропологии «Дневника»: все происходящее Достоевский рассматривает не просто как результат деятельности человека, а как следствие проявлений глубинных свойств его души. Человек как микрокосм – источник разнообразных (подчас – болезненных) противоречий, создающих напряжение в обществе, но такова его неизменная, неотменимая природа, и с этим необходимо считаться.

В неменьшей степени антропология «Дневника» выявляется и личностью самого повествователя. Георгий Гачев, размышляя о жанре «Дневника», пишет, что издание это представляет собой «одновременно исповедь, проповедь, газету и роман» [2, 8] , что позволяет говорить о трех составляющих позиции автора «Дневника». Субъект высказывания здесь одновременно – проповедник, художник, публицист, предлагающий аудитории свои взгляды в форме искренней и публичной исповеди. Каждая из этих составляющих – одно из свойств личности писателя, заметно проявляющихся в повествовании.

Антропологическая доктрина Достоевского в художественном варианте представлена в произведениях писателя – в «Бедных людях», «Двойнике», в «Униженных и оскорбленных», в «Записках из подполья», в «Преступлении и наказании», в «Идиоте», «Бесах», «Подростке», «Братьях Карамазовых». Суть концепции писателя – личностные качества каждого человека определяются не столько обстоятельствами внешнего воздействия, сколько факторами внутренней состоятельности каждого. Эта внутренняя состоятельность обеспечивается в первую очередь уровнем духовной жизни человека. Как своеобразное завещание звучат слова Достоевского, сказанные в речи о Пушкине 8 июня 1880 года, обращенные к современникам: «Смирись, гордый человек <...>, и прежде потрудись на родной ниве<...>, не вне тебя правда, а в тебе самом; найди себя в себе, подчини себя себе, овладей собой – и узришь правду. Не в вещах эта правда, не вне тебя и не за морем где-нибудь, а прежде всего в твоем собственном труде над собою. Победишь себя, усмиришь себя – и станешь свободен как никогда... и начнешь великое дело, и других свободными сделаешь, и узришь счастье, ибо наполнится жизнь твоя, и поймешь наконец народ свой и святую правду его» [3, 139].

Смирение для Достоевского – не покорность перед судьбой, а движение к Богу, постижение его подчинения вере, отказ от эгоистических побуждений. Писатель призывает человека постичь глубину своего внутреннего мира. Смирение не в признании окружающего мира идеальным, не в отказе от борьбы с его недостатками, а в самосовершенствовании. Это самосовершенствование должно начинаться с подавления собственного

самолюбия, с укрощения собственного характера. Не случайно Достоевский так внимателен к судебным процессам, связанным с проступками людей против человечности – покушениями на убийство близких, истязанием детей (дело Кронеберга, дело Корниловой, о которых он пишет в «Дневнике»). Человек – «универс», по мысли Достоевского, вбирает в себя разнообразные качества, он может быть разумен и иррационален, велик и ничтожен. Тут многое (если не все) зависит от способности взглянуть на себя со стороны и попытаться объяснить самому себе происходящее: «Главное, не лгите самому себе», – повторяет старец Зосима в «Братьях Карамазовых», и писателю очень хочется, чтобы этот призыв был услышан. В человеке живет жажда свободы, неискоренимое желание жить, дух нравственной независимости. Эти чувства и следует культивировать.

Однако к государству, именуемому Россией, и к государственным институтам Запада у Достоевского не меньше претензий, чем к конкретным людям. Да и многочисленные характеристики представителей из народа тоже не выглядят однозначными. Показывая двойственность человеческой личности, писатель говорит постоянно о сложности духовного самоконтроля, а не о том, что это задача неразрешима: трудно, но возможно. Для этого нужно лишь вернуться к Богу тем, кто заблудился в просторах жизни.

Можно говорить о некоем наивном оптимизме доверия Достоевского к человеку, но никак – об абсолютной невозможности увидеть человека, добивающегося результатов в собственном нравственном совершенствовании.

Н. А. Бердяев, обращаясь к творчеству Достоевского, заметил: «Достоевский прежде всего великий антрополог <...> Художественная наука... Достоевского исследует человеческую природу в ее бездонности и безграничности <...> Человек существо проблематичное и загадочное. Природа человека антиномична и полярна до самой глубины» [4, 125].

Сказано о прозе писателя, но в равной степени относится и к его публицистике, а в частности, и к «Дневнику писателя». «Через весь «Дневник» Достоевского, – подчеркивает В. Ф. Переверзев, – красной лентой тянется мысль, что вся историческая и социальная жизнь сводится к борьбе двух взаимно исключающих нравственных стихий. Подобно индивидуальностям, народы обладают определенным нравственным складом, определенным характером, и точно так же, как индивидуальные, характеры сводятся к двум типам: кроткому и своевольному <...> Нравственным складом народа определяется вся его историческая судьба и его историческое значение» [5, 630]. Мысль о сведении всего идейного содержания «Дневника» только к борьбе двух нравственных стихий выглядит чересчур узкой. Во-первых, разнообразие типов у Достоевского шире – помимо «кротких» и «своевольных», художник рассказывает о «двойниках», «мечтателях», «скитальцах». А во-вторых, нельзя не видеть, что, исповедуя особый интерес к изображению «глубины души человеческой», писатель не остается равнодушным и к острейшим социально-политическим проблемам своего времени. (Хотя, разумеется, и их можно сводить к противостоянию двух стихий.)

Перед нами в «Дневнике писателя» открывается не художественное описание страстей человеческих (что характерно для беллетристического творчества Достоевского), а сугубо публицистический анализ состояния конкретного человека. Но существа дела это не меняет. Б. Т. Удодов, размышляя о судьбах русской классической художественной антропологии, обращает внимание на то, что современная общемировая антропология представлена различными ветвями – естественно-этнической, социальной, философской, педагогической, художественной. К этому перечню, видимо, следует добавить и публицистическую антропологию, которая, как и антропология художественная, представляет собой науку «о человеке», о «человеческой природе»... и объединяет в себе прежде всего философскую антропологию и образно-антропологическое постижение сущности, возможности и меру их реализации в отдельном человеке и человечестве в целом» [6, 12].

Разница между художественной и публицистической антропологией не столь значительна, как это может показаться на первый взгляд: в отличие от художника публицист оперирует преимущественно понятийно-образными категориями, опираясь на логику аргументов и систему открыто декларируемых доказательств, апеллируя не только к чувствам, но и к разуму аудитории. Все это определенным образом выстраивает систему взаимоотношений автора с аудиторией (диалог, сориентированный на понимание) и способствует возникновению на страницах текста определенного образа автора.

К тому же публицист более очевидно, чем художник-беллетрист, вписывает свой анализ поступков и характеров реальных действующих лиц в окружающий их мир. В художественных произведениях Достоевского социальное в персонажах отступает, как правило, на второй план, отдавая первенство психологическому состоянию вымышленных героев. В публицистике, где автор имеет дело с документальным воспроизведением события, описание внутреннего мира человека дается как версия автора текста, как догадка, как домысел, опирающийся на факты.

Неслучайно Достоевский широко использует в «Дневнике» форму собственных предположений о том, что думали в те или иные минуты своей жизни невымышленные действующие лица – Корнилова, Кириллова и другие.

И здесь публицист превращается в беллетриста.

Ко времени появления в отечественной периодике выпусков «Дневника писателя» за плечами у Достоевского лежали почти тридцать лет напряженной интеллектуальной жизни, вобравшей в себя и ранний успех на литературном поприще, и годы каторги, солдатчины и ссылки, и возвращение к литературному труду, принесшему всероссийское признание. Есть свои устойчивые представления о том, каким должен быть окружающий мир и человек в этом мире, есть своя аудитория, есть представления о себе как о писателе со своими темами и со своим голосом. Все это помогает понять своеобразие выражения авторской позиции в «Дневнике писателя».

Оригинальность замысла «Дневника писателя» в том, что текст его позволяет, как никакое другое произведение Достоевского, увидеть, услышать и почувствовать авторскую позицию в живом голосе человека, осмысливающего реальность не в форме художественного наития, а в динамике текущей действительности.

Автор в произведении существует, во-первых, как некое реальное биографическое лицо, как творец, демиург, как некий субъект высказывания, существующий (или существовавший) реально; во-вторых, «как некий взгляд на действительность, выражением которого является все произведение» [7, 8] , в-третьих, как автор в лирике, отличный от лирического героя; в-четвертых, как образ автора («Образ автора, – замечает В. В. Виноградов, – это концентрированное воплощение сути произведения, объединяющее всю систему речевых структур персонажей в их отношении с повествователем – рассказчиком или рассказчиками и через них являющееся идейно-стилистическим средоточием, фокусом целого») [8, 118]. Иными словами, в данном случае (т. е. в художественных произведениях) читатель имеет дело с так называемым конципированным автором, а не с реальным субъектом высказывания.

В публицистике преобладает, как правило (за исключением очерка, фельетона и – отчасти – эссе) биографический автор, выступающий одновременно и как частное лицо, и как социальный феномен, отражающий не только собственную индивидуальность, но и представляющий интересы определенной группы, определенной части общества.

Даже в так называемой биографической прозе (воспоминания, дневники и прочее) читатель встречается с субъектом высказывания, который не персонализован абсолютно, что сказывается на текстопорождающей стратегии произведения – в особенностях языка и стиля, в структуре повествования, в характере разработки конфликтов и характеров, в стилистико-интонационных особенностях повествования. В публицистических текстах автор всегда безусловен – он не только носитель определенной информации и демонстратор конкретной точки зрения, но и реально действующее лицо исторического процесса.

В то же время следует признать, что между автором художественного текста и автором публицистического текста есть принципиальное сходство: и тот, и другой выступают не просто как субъекты высказывания, но и как объекты изучения аудиторией. И в том, и в другом случае автор заявляет о себе как о мыслящей и чувствующей личности, соединяющей вместе и признаки реального лица («Я») и некоего обобщенного субъекта высказывания («Я» не «Я»), которому принадлежит произнесенное слово.

В искусстве – латентно (скрыто), в публицистике – открыто автор предлагает свой взгляд на мир, как повод заинтересоваться и самим субъектом высказывания. Причем в публицистике этот субъект высказывания берет на себя право демонстративно выражать точку зрения определенного множества. В этом заключена диалектика выражения авторской позиции в публицистическом тексте.

Прав В. Г. Белинский, писавший в своем «Взгляде на русскую литературу 1847 года»: «Может ли поэт не отразиться в своем произведении как человек, как характер, как натура, – словом, как личность! Разумеется, нет, потому что сама способность изображать явления действительности без всякого отношения к самому себе – есть опять – таки выражение натуры поэта» [9, 305].

Таким образом, между конципированным автором и автором биографическим нет непреодолимой границы. И в том, и в другом случае мы имеем дело с творческой материализацией сознания, воплощенной в конкретном тексте. Как замечают Н. Т. Рымарь и В. П. Скобелев, «вся реальность произведения может быть рассмотрена как реальность сознания» [10, 104] .

Последнее наблюдение представляется чрезвычайно важным, ибо оно позволяет ввести в зону наблюдения, подчеркивают исследователи, вслед за «конципированным автором» и «конципированного читателя», взаимодействующих друг с другом. Нет необходимости говорить, насколько существенно это применительно к «Дневнику писателя»: Достоевскому был важен постоянный поддерживаемый диалог с аудиторией.

Писатель демонстративно открыт для спора,

для дискуссий. Наличие дискуссии – не только подтверждение читаемости издания, но и повод для дальнейшего уточнения собственной позиции, способ реализации своих взглядов на окружающую действительность.

Н. Н. Щетинина пишет: «Ф. М. Достоевский изобретает совершенно новую парадигму публицистического действия, которую можно определить как гуманитарную. Это открытое, от первого лица, интимно-доверительное, равное общение с читателем, актуализирующее в первую очередь непреходящие ценности – добра, милосердия, справедливости. Достоевский не убеждал, не критиковал, не призывал – он беседовал и исповедовался» [11, 171].

Видимо, можно скорректировать высказывание исследовательницы: призывая читателя принять непреходящие ценности, писатель не просто с ним беседовал и исповедовался, он действительно стремился убедить аудиторию в правильности его, Достоевского, позиции. И делал это так же последовательно, как в «Преступлении и наказании», «Идиоте», «Бесах», «Подростке».

Достаточно в данном случае обратиться к комментариям писателя по поводу судебных дел, о которых говорится в «Дневнике».

Правда, обращает на это внимание В. А. Туниманов, «постановка «я» в «Дневнике» принципиально иная – на первом плане всегда мнения и выводы самого Достоевского, а подбор фактов – низший слой в структуре издания, первый опыт которого был осуществлен в «Гражданине» как серия статей фельетонов» [12, 169].

Для Достоевского факт и его комментарий нерасторжимо связаны в «Дневнике писателя». Именно факт служит отправной точкой для размышлений писателя на самые разнообразные темы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений и писем в 30 т. / Ф. М. Достоевский. – Л.: Наука, 1981. – Т. 24. – С. 62.

2. Гачев Г. Д. Исповедь, проповедь, газета и роман. (О жанре «Дневника писателя» Ф. М. Достоевского) / Г. Д. Гачев // Достоевский и мировая культура.– СПб., 1993. – № 1. – Ч. 1. – С. 8.

3. Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений и писем в 30 т. / Ф. М. Достоевский. – Л.: Наука, 1981. – Т. 26. – С. 139.

4. Бердяев Н. А. О русских классиках // Н. А. Бердяев. – М.: Высш. школа, 1993. – С. 125.

5. Переверзев В. Ф. У истоков русского реализма / В. Ф. Переверзев. – М., 1989. – С. 630.

6. Удодов Б.Т. Очерки истории русской литературы 1820-1830-х годов. / Б. Т. Удодов. – Воронеж, 2004. – С. 12.

7. Корман Б.О. Изучение текста художественного произведения / Б. О. Корман. – М.: Просвещение, 1972. – С. 8.

8. Виноградов В. В. О теории художественной речи / В. В. Виноградов. – М.: Высш. школа, 1971. – С. 118.

9. Белинский В. Г. Полное собрание сочинений (в 13 тт.) / В. Г. Белинский. – М.: Академия наук СССР, 1956. – Т. X. – С. 305.

10. Рымарь Н. Т. Теория автора и проблема художественной деятельности / Н. Т. Рымарь., В. П. Скобелев. – Самара – Воронеж: Логос – траст, 1994. – С. 104.

11. Щетинина Н. Н. «Дневник писателя» Ф.М. Достоевского как публицистическое воплощение «русской идеи» / Н. Н. Щетинина // Средства массовой информации в современном мире: тез. научн.- практ. конф. – СПб, 2001. – С. 171.

12. Туниманов В. А. Публицистика Достоевского. «Дневник писателя» / В. А. Туниманов // Достоевский – художник и мыслитель. – М.: Худ. лит., 1972. – С. 169.

Рецензент – С.В. Савинков.

Статья принята к печати 30.07.2007.

СПЕЦИФИКА МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕДИАБРЕНДОВ-ЛИДЕРОВ

(на примере «Vogue», «Newsweek» и др.)

© 2007 Ю. Яковлева

Воронежский государственный университет

Под брендом традиционно понимается «известная марка, идентифицирующая и положительно представляющая во внешней среде тот или иной объект, который благодаря стимулированию его благожелательного восприятия становится авторитетным и популярным. Брендинг, в свою очередь, будучи процессом создания, внедрения и усиления бренда, формирует долгосрочное предпочтение к такой марке и, соответственно, объекту» [7, 16]. Бренд – это торговая марка, которая имеет в глазах потребителя некую ценность. То есть наличие дополнительных ценностей и есть тот фактор, который делает из издания (как и из любого другого товара) бренд. В настоящей работе мы будем рассматривать два популярных международных издания, присутствующих и на российском рынке, – «Vogue» и «Newsweek».

Джеффри Ренделл предложил считать «всемирными брендами» те, которые отвечают следующим качествам:

- в наличии в основном одинаковый продукт или услуга с небольшими вариациями (“Coca-Cola”, “Guinness”);
- неизменны сущность, индивидуальность и достоинства (“Sony”, “McDonald`s”);
- одинаковы принципы стратегии и позиционирования (“Gillette”);
- предлагается единый ассортимент (“Avon Cosmetics”) [8, 149].

Добавим от себя: «глобальным брендом» считается наиболее известный товар/услуга (или совокупность товаров/услуг), который узнаваем практически в любых регионах, где осуществляется экспансия (и на первоначальном этапе тоже). В разных странах рекламные кампании таких брендов обычно проводятся унифицированными инструментами. Реализуют мероприятия уже местные агентства. Ценности глобального бренда также будут общими для всех регионов.

Медиабренд может принимать участие в формировании нового культурного слоя своей эпохи. Например, канал MTV способствовал созданию в 1980-е гг. целого «музыкального» поколения; журнал «Vogue» в 1920-е годы сыграл особую роль в массовом представлении о женской элегантности, вывел моду из узкого круга ее принадлежности светским персонам. Обычно это происходит в период, когда эпоха уже готова к переменам, когда какие-то старые взгляды и обычаи уже пресытили общество. «Vogue» создал свой элегантный стиль, когда наступил период бытовой экономии, – взамен оборок и рюш начала века был предложен элегантный приталенный силуэт. «Playboy» появляется на том этапе развития общества, когда для людей становится необходимым избавиться от предрассудков, стать более открытыми и свободными (пик развития бренда – 1960-1970 гг.). Но внешние (экономические или социальные) воздействия могут нанести значительный ущерб многим брендам: так, в период биржевого кризиса 1930-х годов в США пострадал «Vogue»; изменения во взглядах общества на свободу и развлечения в 1980-х годах практически свели на «нет» популярность бренда «Playboy» (в данном случае речь идет не только о журнале, но и об одноименных клубах, о продукции, выпускавшейся под этим брендом).

Одна из причин успеха медиабрендов – стабильность сообщества читателей. Люди, которые читают (смотрят) какие-либо издания (каналы), могут чувствовать себя частью определенной аудитории, если, конечно, СМИ позаботились о том, чтобы подобные ощущения были приятными. Например, журнал «Cosmopolitan» активно рассказывает своим читательницам о «девушке в стиле «Cosmo» – жизнерадостной современной девушке, интересующейся работой, семьей, спортом, модой, с активной жизненной позицией, очень энергичной, которая успевает заниматься многим. Журнал ведет специальную страницу в каждом номере – «Девушка “Cosmo” в этом месяце...» – с разными вариантами модных занятий, чтобы одновременно сохранять образ и при этом делать его динамичным (ведь «Cosmo-девушка»

всегда должна заниматься чем-то новым). Читательницы не скучают. Они примеряют на себя популяризованный образ «Cosmo-девушки». И ждут для себя уже новых занятий на следующий месяц. И в очередном номере для них снова придумают «модный» образ для следующего месяца, своеобразный эталон поведения и стиля.

Таким образом, для привлечения и удержания своей аудитории СМИ должны содержать некую идеологию, предлагать свое видение образа жизни, «обучать» читателя, прививать свои ценности (массовые или индивидуальные). «Как все лучшие медиабренды, это («Vogue». – *Ю. Я.*) не столько печатный продукт, сколько идол, символ, олицетворяющий определенный стиль жизни» [9, 205]. А многочисленные рубрики, к примеру, журнала «Cosmopolitan», открыто говорят о своих воспитательных (и одновременно популяризаторских) функциях: «Советы Cosmo» (в разделах «Ты&Он», «Твоя жизнь», «Перед зеркалом», «Твоя карьера»), «Cosmo-консультант», «Планета Cosmo», «В стиле Cosmo».

Директор по маркетингу и распространению «Financial Times» Гордон Уиллоби говорит о том, что газета также может стать своеобразным символом определенного стиля жизни: «В этом отношении ее розовая окраска (цвет бумаги, на которой традиционно печатается это издание. – *Ю. Я.*) оправдывает себя, она делает газету очень заметной, когда она выглядывает из вашего портфеля. Люди знают, что газета расскажет им о них самих. Она не клуб для избранных, но, чтобы стать ее почитателем, потребуются время и усилия» [9, 82].

Успешный медиабренд – это, прежде всего, «яркая личность». То есть «личностью» должно выглядеть само издание. Читатель должен видеть «характер» бренда. Любое издание – это «собеседник» для читателя, но общение часто происходит и в режиме монолога. Медиа предоставляют последние новости, аналитические заключения, мнения известных лиц и т. д. Читатель будет «слушать» своего «собеседника» только в том случае, если он ему подходит – «по характеру». Для получения оперативной информации нужен «быстрый» собеседник; точной информации – объективный; развлекательной – «веселый». В отличие от других брендов, к которым потребитель обращается в течение своей жизни, медиабренд должен наиболее подходить человеку в психологическом плане. Например, бренд предметов быта (телевизора, обуви или пылесоса) потребитель будет выбирать с более прагматических позиций, т. е. с точки зрения функциональности (и роль дополнительных ценностей бренда в этом выборе может быть нивелирована). В случае с выбором бренда СМИ он ищет «компанию для души». Несомненно, что в некоторых случаях и выбор телевизора может быть связан с имиджевыми, «ценностными» характеристиками конкретной марки (бренда). Но для медиабрендов психологическая (ценностная) составляющая является обязательной. Существует некоторая тенденция, касающаяся выбора потребителем товара не по значимости бренда, а по другим факторам. Это проявляется, например, в том, что происходит все большее развитие рынка гипермаркетов, которые предлагают покупателям товары по низким ценам, и эти товары часто являются «драйверами» (т. е. пользуются повышенным покупательским спросом), хотя у них может и не быть брендов – это может быть просто «товар» или товар, изготовленной под маркой своего дилера.

Каждое медиа выполняет ту или иную коммуникативную роль. Информацию сообщают все СМИ. Но часто значимым фактором в выборе источника информации играет форма ее подачи и подборка различных типов информации в одном издании (на теле- или радиоканале, на сайте). И, конечно, привлекательными для читательской аудитории являются журналисты со сложившейся репутацией. Хотя для некоторых изданий предпочтительнее «безличностный» подход к подаче материала. Например, генеральный директор «The Times» Пол Хейс говорит: «Мы стараемся доказать людям, что сейчас это очень современная газета. <...> Поэтому мы не излагаем никаких доктрин в своих материалах. Мы предлагаем новости и даем их глубинный анализ, но не комментируем» [9, 67]. Хотя и бренд «The Times» находится «на волне» общественных изменений. Поскольку современное общество уже не так четко делится по политическим взглядам, газета также старается быть «как общество» и не быть газетой только для правых или только для левых (если быть совсем точными, «The Times» всегда стремилась занимать центристские позиции). Это тоже определенная политика издания, которая и влияет на людей. Например, после террористического акта 11 сентября 2001 года тиражи «The Times» выросли на 50 % – в тяжелые времена люди обратились к изданию, которому доверяют прежде всего. И это еще одно подтверждение традиционного имиджа «The Times» как надежной и солидной газеты.

Другой пример: читатели «Financial Times» видят в ней союзника. Они доверяют этому бренду (и газете, и сайту). А доверие создается и поддерживается главными принципами медиабренда: полнота информации, точность и беспристрастность.

«Зарубежные корпорации обладают огромными ресурсами, обеспечивающими доминирование их брендов на мировом рынке, в том числе благодаря огромным по объему ассигнованиям

в рекламно-информационную сферу» [7, 215]. Однако это характерно, в основном, для продвижения других продуктов, не для медиабрендов. Безусловно, некоторые медиа используют средства ATL и BTL для собственного продвижения, но далеко не все и не очень часто. Многие из них выбирают иной подход. Например, «Vogue» избегает «массовой рекламы», старается использовать сам журнал в качестве рекламного инструмента. Для этого журнал обычно помещается в местах продаж. Дополнительно размещается реклама на газетных киосках и плакатах. Но в основном издатели журнала считают, что сам журнал (как продукт) должен нести нужную информацию, передавать соответствующий образ. Что касается «Vogue», то такой ход – стратегия минимального маркетинга в целях сохранения таинственности продукта – не является изобретением журнала, это часто используется в сфере производства предметов роскоши. «В некоторой степени это и есть наше видение журнала (видение журнала его издателями. – *Ю. Я.*): утонченный и элегантный продукт» [9, 213]. И большинство представителей международных медиабрендов заявляют: «Наш лучший маркетинговый инструмент – это наш продукт» [9, 241]. Они предпочитают расходовать финансовые средства на содержание и дистрибуцию, а не на рекламу. Тот же П. Хейс считает, что для любой газеты маркетинг – одна из наиболее сложных задач.

Таким образом, для потребителя медиабрендов очень важно содержание. Это и то, что привлекает читателя к какому-либо медиабренду, и то, что удерживает его в дальнейшем. Поэтому медиа стремятся представлять на своих страницах как можно больше информации из разных сфер жизни, если все эти сферы интересны читателю. В 2003 году в «Financial Times» появилась спортивная страница. Редакция предположила, что у деловых людей нет времени искать нужную информацию в разных источниках. И им будет удобнее получать все новости из одного источника. И сейчас FT анонсирует все интересные события, но по-прежнему поддерживает приоритет деловой информации.

Гордон Уиллоби, директор по маркетингу, отвечает за продвижение и рекламу газеты во всем мире: «По существу, мы – глобальный бренд, мы освещаем события международного бизнеса, и только 30 % нашей читательской аудитории находятся в Великобритании. Но, как и любой расширяющийся транснациональный бизнес, в разных странах мы находимся на разных этапах формирования нашего бренда» [9, 80].

Еще одна особенность успешного международного медиабренда: он должен открыто выражать «характер» страны, которую он представляет, национальные традиции, национальный дух. Для читателя логично, что «Playboy» появился именно в Америке и вначале отстаивал свободу личности и самовыражения, боролся против пуританского ханжества. Позже был основан Фонд Playboy, который поддерживал благотворительную деятельность, отстаивая гражданские свободы и борясь с цензурой. При этом для нас также очевидно, что у бренда «Financial Times» не только британское происхождение, но и дух британской журналистики, которая считается точной, задиристой, здоровой и смелой. Очевидно, «глобальный» бренд в идеале не должен вбирать в себя черты какой-либо нации. Однако стоит уточнить: быть «общенациональным» не значит быть «незаметным». Ведь общество с удовольствием вбирает в себя привлекательные черты других культур, и это не будет негативным моментом для международных СМИ. Фактически, большинство их носит определенный национальный колорит, и это является особенностью и плюсом какого-либо СМИ, если, конечно, оно не становится националистическим изданием.

Для многих брендов важной предпосылкой успеха было своевременное появление на рынке. Такая ситуация называется «появиться первым в своей нише». При таком успешном появлении перед торговой маркой стоит только одна задача: сохранить свои лидирующие позиции. Таким образом, изначальное «первенство» марки часто приводит к ее дальнейшему успеху на рынке. В России условия для развития клонов международных изданий были очень благоприятны, т. к. многие медиа были первопроходцами в нашей стране в начале 1990-х годов, т. е. изначально у них не было конкурентов. При правильной «раскрутке» торговая марка, как бы она ни называлась, по определению станет ассоциироваться с новым для потребителей товаром или услугой. И, безусловно, любой успешный бренд (и медиа в том числе) должен отличаться от конкурентов, а не копировать их.

«Newsweek» появился в России в 2004 году. Это полноцветный новостной еженедельник, сочетающий достаточную оперативность и аналитичность материалов. Индивидуальность бренда (ее фактическое проявление) заключается в следующем: «Newsweek» рассматривает только злободневные (острые, полемичные) вопросы как мирового, так и российского масштаба, например, такие: предстоящие через полгода выборы президента в США под рубрикой «Тема номера» (обзор кандидатов и их программ, прогнозы внешней политики США в случае победы того или иного кандидата); митинг национал-большевиков («Марш несогласных») в Санкт-Пе-

тербурге под рубрикой «Страна» (его причины и специфика проведения); материал «Куба может вместо коммунизма строить капитализм» под рубрикой «Глобус»; а также культурные события («Общество»), рецензии на новое заметное (чаще нестандартное) кино (материал «Восемь и три с половиной: Такеси Китано снял фильм о себе и для себя»), интервью с писателями, обзор музыкальных новинок. В результате можно сказать, что «Русский Newsweek» как бренд стремится выглядеть разносторонним, всеобъемлющим, динамичным, оперативным, остроумным, точным, актуальным. Кроме того, есть попытка заявить о себе как об «острополитическом» издании, однако эта позиция находит возражения среди политологов и читателей.

К внешним отличительным особенностям «Newsweek» можно отнести дизайн обложки. На ней всегда расположен остроумный коллаж к «Теме номера». Можно сказать, что это одна из составляющих brand identity «Newsweek». Ежемесячно издается мини-сборник с лучшими фото. На сайте журнала проходят голосования с выбором лучшего коллажа на обложке.

Краткая сущность бренда выражена в слоганах «Широкий взгляд, внимание к деталям», «Права и правила». Это, очевидно, и отражает следующие качества «Русский Newsweek», который отличают его как бренд: разносторонний, всеобъемлющий, точный, актуальный.

Что касается гарантий надежности, которые этот медиабренд предоставляет своему читателю, то здесь они будут выражены в традиционном духе «открытости» материалов, в разнообразии тем, в форме подачи текстов, которая заставляет читателей задуматься над важным вопросом современности. «Newsweek» не пытается писать мягко. Журналисты часто проводят расследования и освещают те факты, которые шокируют общество (например, масштабы развития фашизма в России). Немногим больше половины площади издания занимают материалы о событиях из зарубежной жизни. Количество материалов о событиях в России отстает незначительно. Большая часть текстов подготовлена российскими журналистами (это касается и материалов зарубежной тематики). Все перечисленные выше факты формируют образ бренда «Русский Newsweek» как надежного источника информации, который не станет смягчать факты ради сомнительного повышения продаж (повышения продаж среди тех, кто предпочитает «ненавязчивые» новости и только «позитивную» информацию) и потому не боящегося шокировать общество и, прежде всего, своих читателей. Надежность бренда для аудитории заключается еще и в том, что читатели уверены: они всегда получат действительно «неприкрытую» информацию, действительно злободневные факты.

Дополнительные ценности этого бренда связаны непосредственно с его надежностью, с острософициальными материалами и с пристальным вниманием издания к той информации, которую кто-то упустил. Поиск такой информации происходит, в том числе, и с помощью форумов, созданных на сайте издания. И в результате некоторые материалы издание делает совместно со своими читателями. Это еще один способ привлечения к себе аудитории (однако это не является know-how «Русский Newsweek», но все же представляется интересным инструментом). Рубрика «Письма» является одним из способов взаимодействия с читателем и вовлечения его в процесс создания номера. «Newsweek» строит этот раздел следующим образом: журналисты ведут на сайте издания форумы по темам уже опубликованных материалов. Затем выбирают несколько наиболее интересных мнений и публикуют их в «Письмах» в журнале. При этом некоторые письма читателей – это не обязательно «личное мнение», это может быть и комментарий специалиста из той сферы, к которой относится статья. Поэтому специалисты периодически добавляют актуальные для данной темы факты, с которыми они лично сталкивались и которые не были представлены в комментируемом материале, однако являются очень важными для более полного отражения обсуждаемой темы. Таким образом, рубрика «Письма» является одновременно и выразителем мыслей и настроений общества, и определенной оценкой опубликованным ранее текстам, и «дополнением» к этим текстам (если в комментариях читателей указаны новые факты), и просто журналистским материалом, который предназначен для такого же чтения и анализа, как и другие тексты в номере.

Вовлечение читателей в события, освещаемые в издании, происходит и с помощью опросов: «Newsweek» публикует данные опросов, проводимых как самим изданием, так и другими организациями (например, в каждом номере «Newsweek» публикует результаты трех опросов, проходивших на собственном сайте, и, в среднем, 1,6 опросов, проведенных другими организациями[1]). Эти три инструмента работы с читателем – опросы, письма, редакторская колонка – создают некое сообщество вовлеченных, «клуб», в составе которого для читателя быть интересно, приятно и полезно (для получения новой информации). Подобное взаимодействие мы относим к «дополнительным» ценностям бренда, которые не являются первич-

1 Количественные данные были высчитаны как среднее арифметическое для 8 номеров издания, выбранных произвольно, за период август 2006–июнь 2007.

ными при знакомстве с ним и при выборе его из «ряда подобных», однако именно эти ценности будут очень важной причиной для дальнейшей приверженности бренду, для постоянного взаимодействия с ним. По мнению Джефри Ренделла, показать покупателю исключительные ценности – это самое важное для бренда. Но надо заметить, что первыми в ряду ценностей бренда «Русский Newsweek» будут все-таки не инструменты работы с читателем, а другие ценности: динамичность, оперативность, актуальность, точность, злободневность и некоторые другие.

В свое время «Vogue», как и некоторые издания другого типа, создал новую нишу на издательском рынке и стал первопроходцем. Как и «Cosmopolitan», «Vogue» по-прежнему является более узнаваемым и популярным, нежели конкуренты. «Vogue» стал законодателем моды и продолжает приобщать к ней массы. Именно журнал, а не его читатели или даже самые популярные дизайнеры, определяет модные тенденции. «Vogue» – диктатор и наставник, в чем и заключается сущность данного бренда. «Vogue» стремится сам формировать взгляды и вкусы своих читателей. Он не меняет свой формат на более «удобный», на более подходящий «размер для дамской сумочки», оставаясь объемным журналом (около 500 страниц), хотя, казалось бы, носить в сумочке такой журнал неудобно. Также «Vogue» может размещать в одном номере оплаченную рекламу одних модельеров, а рассказывать в редакционных материалах о других, часто еще малоизвестных читателям. Были прецеденты, когда рекламодатели возмущались такой политикой журнала. Однако «Vogue» готов потерять те 10 % от общего рекламного дохода, которые ему может дать кто-либо из рекламодателей. Издатели считают это менее страшной потерей, чем если бы они «продавали» редакционный контроль. Потому «Vogue» часто размещает информацию о начинающих модельерах, у которых еще нет денег на рекламу.

Стремление быть в авангарде высокой моды обязывает «Vogue» использовать в дизайне журнала различные технические новинки (например, голографическую печать на обложке), что, безусловно, повышает расходы на производство журнала. Не все модные глянцевые издания обращаются к подобным приемам, в основном это все-таки делают «бесспорные диктаторы» как среди женских, так и среди мужских журналов.

Что касается постоянства (так называемой функции «безопасности», предлагаемой брендом), то читатели «Vogue» знают, что постоянство этого журнала в его разнообразии. Например, каждый номер имеет свое название: «Взгляд в будущее», «Мода и власть», «Парижский номер» и т. д. Для «Vogue» мода имеет совершенно иное значение, чем для других изданий. Может быть, в начале XX века задачей журнала и была популяризация функциональности одежды, но сегодня в «Vogue» идет популяризация высокой моды. Можно предположить, что «Vogue» пытается нам заявить: «У нас в журнале – искусство. Желаете приобщиться?» Например, один из материалов о новых тенденциях в обувной моде начинается так: «Некоторые туфли просто не созданы для того, чтобы в них ходить, – считает главный авангардист среди дизайнеров обуви Пьер Арди. – Я прежде всего художник и оставляю за собой право на свободное творчество. Это значит: я перестаю думать об устойчивости каблука» [2, 170]. И поэтому те художники костюма (модельеры) и живописи на теле (визажисты), работы которых освещает «Vogue», сообщают читателям о том, что создают свои коллекции в соответствии с направлениями в искусстве: в духе постмодернизма, готики, ренессанса и т. д., и часто абсолютно игнорируют правила функциональности.

Дополнительные ценности этого бренда в том, что он предлагает аудитории действительно «свой» уникальный мир прекрасного. Однако этот мир, несомненно, иллюзорен для большинства читающей аудитории. Так как задачами журнала с самого момента появления было «приобщение масс к прекрасному (к модным тенденциям)», то и «иллюзорность» мира «Vogue» вполне понятна: он показывает моду, знакомит с новыми тенденциями, учит хорошему вкусу. Но «Vogue» – это не шоппинг-гид (не путеводитель «где что купить»), он – законодатель. Многим читателям модели «Vogue» недоступны. Это связано с тем, что он показывает «блестящую» жизнь нескольких сотен (тысяч) людей и для этих людей. Поэтому и остается просто «желанием», каждый раз облеченным в новую красивую форму. Вероятно, «недоступность», как и декларируемый эстетизм издания, относится к дополнительным ценностям бренда, которые оставляют читателя в ряду его поклонников. Однако стоит заметить, что в настоящее время «Vogue» действительно популярен только в четырех западных странах (США, Франции, Великобритании и Италии), где у него максимальные тиражи. В других странах присутствия он не является лидером, и его тиражи неизмеримо ниже, чем у других женских изданий (в России тираж «Vogue» примерно в 10 раз меньше, чем у «Cosmopolitan»). Очевидно, это связано с тем, что не вся аудитория желает погружаться в «иллюзорный недоступный» мир и чаще предпочитает практические вещи, которые, кстати, и находит в других изданиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Vogue. – 2006. – сентябрь. – 466 с.
2. Vogue. – 2007. – март. – 506 с.
3. Русский Newsweek. – № 31 (109), 2006 г. – № 23 (148), 2007 г.
4. Анилионис Г. П. Глобальный мир: единый и разделенный. Эволюция теорий глобализации / Г. П. Анилионис, Н. А. Зотова. – М.: Международные отношения, 2005. – 676 с.
5. Медиа / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 550 с.
6. Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы / В. Л. Музыкант. – М.: Экономистъ, 2004. – 606 с.
7. Рожков И.Я. Бренды и имиджи / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – М.: РИП-Холдинг, 2006. – 256 с.
8. Рэнделл Дж. Брендинг. Краткий курс / Дж. Рэнделл. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 216 с.
9. Тангейт М. Медиагиганты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство / М. Тангейт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 252 с.
10. Траут Дж. Большие бренды – большие проблемы / Предисловие к русскому изданию. Сергей Жильцов / Дж. Траут. – СПб.: Питер, 2002. – С. 7.

Рецензент – В. В. Тулупов.
Статья принята к печати 14.09.2007.

НАШИ АВТОРЫ

Абдокова М.Б., канд. филол. наук, доцент, член Союза писателей России.

Альмаганбетов М.О., аспирант 3 года обучения кафедры социальной философии философского факультета МГУ им. М.В.Ломоносова.

Ангсумалин Пачит, аспирант кафедры русского языка Воронежского госуниверситета.

Архарова А.В., аспирант Благовещенского государственного педагогического университета, ассистент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка Благовещенского Государственного Педагогического Университета

Белоглазова В.А., аспирант кафедры всемирной литературы Нижегородского государственного педагогического университета.

Гапонова Ю.В., аспирант кафедры истории русского языка и сравнительного языкознания Российского государственного университета им. И. Канта.

Васильев С.Л., канд. филол. наук, доцент кафедры редакционноиздательских технологий и рекламы КубГУ.

Горло Е.А., доцент кафедры немецкого языка факультета иностранных языков Таганрогского государственного педагогического института, докторант кафедры немецкого языка Ростовского государственного педагогического университета.

Грищенко М.А., аспирант кафедры зарубежной литературы филологического факультета Воронежского госуниверситета.

Давтян А.А., канд. филол. наук, преподаватель кафедры рекламы и дизайна Воронежского госуниверситета.

Досимова М.С., ассистент кафедры английского языка для экономических специальностей Астраханского государственного университета.

Дружинина В.И., старший преподаватель Губкинского филиала Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, соискатель кафедры русской литературы XX века.

Дудина Е.Ф., методист по научной и воспитательной работе Орловского государственного университета; аспирант кафедры русской литературы XX–XXI веков и истории зарубежной литературы.

Дуссалиева Э.А., ассистент кафедры английского языка для факультета социальных коммуникаций и юридического факультета, Астраханского государственного университета.

Евграфова Н.А., соискатель кафедры литературы Волгоградского государственного университета.

Епифанова Е.А., соискатель кафедры истории журналистики Воронежского госуниверситета.

Злобин А.А., аспирант кафедры русского языка и методики обучения русскому языку Вятского государственного гуманитарного университета.

Кравченко Е.В., аспирант кафедры истории журналистики и коммуникативистики Кубанского государственного университета.

Кулик А.Г., аспирантк кафедры истории русской литературы, теории и методики преподавания литературы Воронежского государственного педагогического университета.

Кознова Н.Н., канд. филол. наук, доцент кафедры филологических дисциплин СОФ БелГУ.

ЛистроваПравда Ю.Т., доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Воронежского госуниверситета.

Маслова Е.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и дизайна факультета журналистики Воронежского госуниверситета.

Медведева А.В., канд. филол. наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков Воронежской государственной медицинской академии.

Меркулов А.А., аспирант кафедры социологии и политологии Воронежского госуниверситета.

Митрофанова О.И., канд. филол. наук, преподаватель кафедры русского языка и литературы Казанского государственного университета им. В.И. Ульянова-Ленина.

Нахла Хади Джавад, аспирант кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета.

Онищенко М.С., соискатель кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета, ассистент цикла «Прикладная лингвистика» Ульяновского государственного технического университета.

Павлюк Л.В., докторант кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета.

Пачит Ангсумалин, аспирант кафедры русского языка Воронежского госуниверситета.

Печищев И.М., аспирант кафедры журналистики Пермского государственного университета.

Прощенкова Н.В., аспирант Благовещенского государственного педагогического Университета, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного Благовещенского государственного педагогического университета.

Сафонова И.А., аспирант кафедры русского языка Волгоградского государственного университета.

Савченко А.Л., канд. филол. наук, доцент кафедры зарубежной литературы Воронежского госуниверситета.

Сапунов В.И., канд. филол. наук, преодаватель кафедры телевизионной и радиожурналистики Воронежского госуниверситета.

Сидельникова О.В., аспирант кафедры рекламы и дизайна Воронежского госуниверситета.

Старикова М.А., аспирант кафедры кафедры рекламы и дизайна Воронежского госуниверситета.

Студенова О.В., аспирант кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского университета.

Сушкова И.М., старший преподаватель кафедры русского языка для иностранных учащихся основных факультетов ИМО Воронежского госуниверситета.

Трущинская А.С., аспирантка кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета филологического факультета.

Ускова Т.Ф., преподаватель кафедры русской литературы XX века Воронежского госуниверситета.

Федосова Е.Ю., аспирант кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета.

Хамид Акрам Азиз, аспирант кафедры общего языкознания и стилистки Воронежского госуниверситета.

Хорольский В.В., доктор филол. наук, профессор кафедры истории журналистики Воронежского госуниверситета.

Цуканов Е.А., кандидат филологических наук, зав. кафедрой журналистики Старооскольского филиала Воронежского государственного университета.

Чернышова М.В., аспирант кафедры зарубежной литературы Воронежского госуниверситета.

Чигирина Т.Ю., соискатель кафедры русского языка филологического факультета Воронежского госуниверситета.

Ширяева Ж.Л., **аспирант кафедры английского языка Воронежского госуниверситета.**

Щурова В.В., канд. филол. наук, преподаватель кафедры истории журналистики Воронежского госуниверситета.

Яковлева Ю., аспирант кафедры рекламы и дизайна Воронежского госуниверситета.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. Общие положения

1.1. Журнал «Вестник Воронежского государственного университета» принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленных в виде полных статей, кратких сообщений, а также обзоры (по согласованию с редакцией). Опубликованные материалы, а также материалы, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

1.2. Полные статьи принимаются до 20 страниц рукописи и содержат до 6 рисунков, краткие статьи – до 5 страниц и до 4 рисунков.

1.3. Статья должна быть написана сжато, аккуратно оформлена и тщательно отредактирована. Не допускается искусственное разбиение материала одной статьи на несколько меньших по объему публикаций, а также дублирование одних и тех же данных в таблицах, на схемах и рисунках.

1.4. Для публикации статьи авторам необходимо представить в редакцию следующие материалы и документы:

1) направление от организации (для граждан России) (в 1 экз.);

2) подписанный всеми авторами текст статьи, УДК, таблицы, рисунки и подписи к ним (все в 2 экз.);

3) аннотацию и название статьи, инициалы и фамилию автора на русском и английском языках (в 2 экз);

4) файлы всех представляемых материалов на дискете;

5) сведения об авторах: их должности, ученые степени и научные звания, служебные адреса и телефоны, телефаксы и адреса электронной почты с указанием автора, ответственного за переписку с редакцией.

1.5. В течение недели со дня поступления рукописи в редакцию авторам направляется уведомление о ее получении с указанием даты поступления и регистрационного номера статьи.

1.6. Статьи, направляемые в редакцию, подвергаются рецензированию и в случае положительной рецензии – научному и контрольному редактированию.

1.7. Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена в исправленном виде (в 2 экз.) вместе с ее первоначальным вариантом в максимально короткие сроки. К переработанной рукописи необходимо приложить письмо от авторов, содержащее ответы на все замечания и поясняющее все изменения, сделанные в статье. Статья, задержанная на срок более трех месяцев или требующая повторной переработки, рассматривается как вновь поступившая.

В публикуемой статье приводятся первоначальная дата поступления рукописи в редакцию и дата принятия рукописи к печати после переработки.

2. Структура публикаций

2.1. Публикация полных статей, кратких сообщений и обзоров начинается с индекса УДК, затем следует заглавие статьи, инициалы и фамилии авторов, развернутые названия научных учреждений. Далее приводится дата поступления материала в редакцию, а затем краткие аннотации – на русском и английском языках.

2.2. Редколлегия рекомендует авторам структурировать представляемый материал, используя подзаголовки: ВВЕДЕНИЕ, МЕТОДИКА ЭКСПЕРИМЕНТА, ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.

3. Требования к оформлению рукописи

3.1. Текст статьи должен быть напечатан через полтора интервала на белой бумаге формата А4, с полями ~ 2,5 см с левой стороны, размер шрифта – 14 (Times New Roman Cyr).

3.2. Все страницы рукописи, включая список литературы, таблицы, подписи к рисункам, рисунки следует пронумеровать.

3.3. Каждая таблица должна иметь тематический заголовок.

3.4. Уравнения, рисунки, таблицы и ссылки на литературу нумеруются в порядке их упоминания в тексте.

3.5. Рисунки прилагаются отдельно (в 2 экз.). Формат рисунка должен обеспечивать ясность передачи всех деталей. Надписи на рисунках даются на русском языке; размерность величин на осях координат обычно указывается через запятую (например, U, В; t, с). Подрисуночная

подпись должна быть самодостаточной, без апелляции к тексту. На обратной стороне рисунка следует указать его номер, фамилию первого автора, пометить, если требуется, “верх” и “низ”.

3.6. Полутоновые фотографии (используются только при крайней необходимости) представляются на белой глянцевой бумаге (в 2 экз.), ксерокопии не принимаются.

3.7. Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках. Если ссылка на литературу есть в таблице или подписи к рисунку, ей дается порядковый номер, соответствующий расположению данного материала в тексте статьи. Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.

3.8. Греческие буквы в тексте следует подчеркнуть красным карандашом, буквы латинского рукописного шрифта отмечать на полях.

В рукописи следует четко различать написание букв латинского, русского и греческого алфавитов, имеющие сходные начертания (*C, c; K, k; P, p; O, o; S, s; U, u; V, v* ; *n ,h, u; g* и *q; a, α,* и *d, ξ,* и *ζ; e* и ℓ ;I и J; ν и υ; *x* и χ. и т.д). Необходимо четко различать в индексах написание запятой (,), штриха (′), единицы (1) и т.д. Прописные буквы подчеркиваются карандашом двумя черточками снизу, а строчные – сверху.

3.9. Химические и математические формулы и символы в тексте должны быть написаны четко и ясно. Необходимо избегать громоздких обозначений, применяя, например, дробные показатели степени вместо корней, а также exp — для экспоненциальной зависимости. Химические соединения следует нумеровать римскими цифрами, математические уравнения – арабскими. Химические формулы и номенклатура должны быть лишены двусмысленности.

4. Требования к оформлению электронной версии

4.1. В состав электронной версии должны входить: файл, содержащий текст статьи и иллюстрации, и файлы, содержащие иллюстрации. Текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman Cyr, 14-й кегль, через 1,5 интервала.

4.2. К комплекту файлов должна быть приложена опись (возможно в виде файла) с указанием названия и версии текстового редактора, имен файлов, названия статьи, фамилий и инициалов авторов.

4.3. Файлы должны передаваться на 3,5-дюймовой дискете.

4.4. Основной текст статьи должен быть представлен в формате Microsoft Word (для серии Физика, математика можно использовать редакторы Tex, LaTex) с точным указанием версии редактора.

4.5. При подготовке графических объектов желательно использовать форматы TIFF, JPEG, BMP, WMF.

4.6. При подготовке файлов в растровом формате желательно придерживаться следующих требований:

- для сканирования штриховых рисунков – 300 dpi (точек на дюйм);
- для сканирования полутоновых рисунков и фотографий не менее 200 dpi (точек на дюйм).

4.7. Графические файлы должны быть поименованы таким образом, чтобы было понятно, к какой статье они принадлежат и каким по порядку рисунком статьи они являются. Каждый файл должен содержать один рисунок.

4.8. Таблицы являются частью текста и не должны создаваться как графические объекты.