

ISSN 2520-6699



ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



КАФЕДРА МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

## КУЛЬТУРА В ФОКУСЕ НАУЧНЫХ ПАРАДИГМ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

КУЛЬТУРОЛОГИЯ. ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА



Донецк – 2019

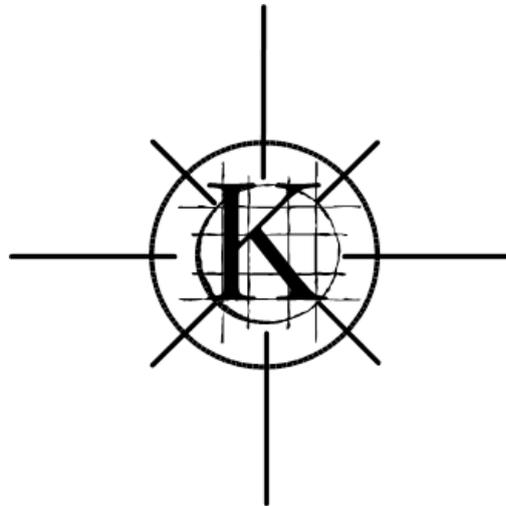
ISSN 2520-6699

**ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ**

**КУЛЬТУРА В ФОКУСЕ НАУЧНЫХ ПАРАДИГМ**

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

**КУЛЬТУРОЛОГИЯ. ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА**



**Донецк-2019**

ББК 71я5

УДК 008:80/81:070:001.5

**Культура в фокусе научных парадигм [Текст]:** / научн. ред. Кравченко О. А., Каика Н. Е. - Донецк: ДонНУ, 2019. - Вып. 9. – 200 с.

В научном журнале предложен широкий спектр фундаментальных и прикладных исследований по актуальным вопросам теории и истории культуры, филологии (языкознанию и литературоведению), журналистике. Рассмотрены основные тенденции и перспективы развития культурологии, филологических наук, медиакоммуникаций, динамика современных социокультурных процессов.

Материалы печатаются на языке оригинала в авторской редакции.

Для преподавателей, аспирантов, студентов специальностей «культурология», «филология», «журналистика» и всех интересующихся проблемами культуры, языкознания и теории литературы, медиакоммуникаций.

*Печатается по решению совета филологического факультета  
Донецкого национального университета (Протокол № 7 от 26. 03 .2019 г.)*

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор, точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, собственных имен и других сведений. Взгляды авторов могут не совпадать со взглядами редколлегии.

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Кравченко О. А.**

(главный редактор) - доктор филологических наук, доцент (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Артамонова И. М.** - доктор наук по социальным коммуникациям, профессор (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Дяговец И. И.** – доктор филологических наук, профессор (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Грабельников А. А.** - доктор исторических наук, профессор (Российский университет дружбы народов, Москва, Россия)

**Закирова Н. Н.** – кандидат филологических наук, доцент (Глазовский государственный педагогический институт им. В. Г. Короленко, Глазов, Россия)

**Каика Н. Е.** – кандидат филологических наук, доцент (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Калинкин В. М.** - доктор филологических наук, профессор (Донецкий медицинский университет, Донецк)

**Калиущенко В. Д.** - доктор филологических наук, профессор (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Кораблев А. А.** – доктор филологических наук, профессор (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Мордовцева Т. В.** – доктор культурологии, профессор (Таганрогский институт управления и экономики, Таганрог, Россия)

**Покачалов М. В.** – кандидат культурологии, доцент (Национальный исследовательский университет «МЭИ», Москва, Россия)

**Ржанова С. В.** - доктор культурологии, профессор (Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, Саранск, Россия)

**Саенкова - Мельницкая Л. П.** - кандидат филологических наук, доцент (Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Республика Беларусь)

**Сугай Л. А.** – доктор филологических наук, профессор (Университет им. Матая Бела, Банска Быстрица, Словакия)

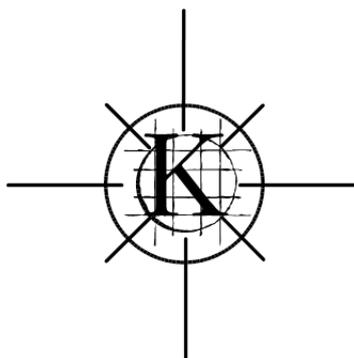
**Теркулов В. И.** – доктор филологических наук, профессор (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Федоров В. В.** – доктор филологических наук, профессор (Донецкий национальный университет, Донецк)

**Фесенко Ю. П.** – доктор филологических наук, профессор (Луганский университет им. В. И. Даля, Луганск)

**Штомпель Л. А.** – доктор философских наук, профессор (Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия)

Адрес редакции: ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,  
ул. Университетская, 24, 83001, г. Донецк  
Тел.: +38062 3020710  
E-mail: 1234oksana@bk.ru



## СОДЕРЖАНИЕ

### КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Муза Д. Е.</i>	6
ТРАНСФОРМАТИВНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ В ФОКУСЕ КУЛЬТУРНО-АКСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	
<i>Ефанов А.А.</i>	11
РАЗВИТИЕ КОНЦЕПТА «МОРАЛЬНЫЕ ПАНИКИ» В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ РЕТРОСПЕКТИВЕ	
<i>Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В.</i>	17
ФОРУМЫ КАК АКТУАЛЬНАЯ ФОРМА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	
<i>Кравченко О. А., Бондаренко С. В.</i>	24
МИР ГЛАЗАМИ НАСЕКОМЫХ: СПЕЦИФИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ВИДЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ	
<i>Кондакова Ю. В., Шалотонова А. С.</i>	29
БОРЬБА ЗА ТЕЛЕСНОСТЬ НА МОДНОМ РЫНКЕ XXI ВЕКА	
<i>Каика Н. Е., Моисеенко В. А.</i>	36
КОРПОРАТИВНЫЕ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КАК СРЕДСТВО АКЦЕНТУАЦИИ ОБРАЗА ЖИЗНИ	
<i>Кравченко О. А., Гриценко В. А.</i>	41
АНСАМБЛЕВЫЙ ПРИНЦИП В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА ДОНЕЦКА	
<i>Куликова И. М.</i>	47
ТРАДИЦИИ ПОРТРЕТНОГО ЖАНРА В НАИВНОЙ ЖИВОПИСИ П. БАХЛЫКОВА	
<i>Моторная С. Е., Юшутин М. Ф.</i>	53
ВЕЛИКОРУССКИЙ НАРОДНЫЙ ОРКЕСТР В.В. АНДРЕЕВА В СИСТЕМЕ ДУХОВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА	

### ФИЛОЛОГИЯ

<i>Балко М. В.</i>	63
СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ МУЛЬТИКОДОВОСТИ В РУССКОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОЭЗИИ НАЧАЛА XX ВЕКА	
<i>Титаренко Э. А.</i>	70
РЕАЛИЗАЦИЯ ЗНАЧЕНИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ НАИМЕНОВАНИЯМИ СИЛЫ БЛАГОЙ И НЕЧИСТОЙ	
<i>Сироткина Т. А.</i>	74
ОБРАЗЫ СЕВЕРА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ЖИВОЙ РЕЧИ НОСИТЕЛЕЙ ЯЗЫКА	
<i>Каика Н. Е.</i>	78
ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА РУССКО-ФРАНЦУЗСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ	
<i>Зеніна А. В.</i>	84
ПРО ОДНУ ОСОБЛИВІСТЬ ІДЮСТИЛЮ Г. КОСИНКИ: СКЛАДНІ СЛОВА / АППОЗИТИВНІ СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ	
<i>Карпова Е. В.</i>	91
БЫТИЙНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ С ПРЕДИКАТОМ ТЮ-ТЮ	
<i>Михайлова А. Г.</i>	97

СТРУКТУРНО-ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ <i>Перетятая О. С.</i>	103
МИФОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА СЛАВЯНСКИХ СКАЗОК: КОМПАРАТИВНЫЙ ПОДХОД <i>Логвинова И. В.</i>	110
«ПИСЬМО О РУССКИХ РОМАНАХ» М. П. ПОГОДИНА И ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ЧТЕНИЯ В XIX В. <i>Закирова Н. Н.</i>	115
«В ГЛАЗОВЕ ОВИДИЕВ МНОГО И ГОРАЦИЕВ...»: ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ЛИТЕРАТУРНОЙ ЖИЗНИ ГОРОДА <i>Пальмова Е.А.</i>	121
ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ РАССКАЗОВ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ РОАЛДА ДАЛА <i>Ярошевич І. А.</i>	127
ЕКЗИСТЕНЦІЙНІСТЬ ЯК СУТНІСНА ОЗНАКА ЗОБРАЖЕННЯ МИТЦЯ У РОМАНИ М. РУДЕНКА «ОРЛОВА БАЛКА» <i>Майборода Н. В.</i>	135
ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА ДИАЛОГА КУЛЬТУР В СОВРЕМЕННОЙ ПОДРОСТКОВОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТРИЛОГИИ СЬЮЗЕН КОЛЛИНЗ «ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ») <b>ЖУРНАЛИСТИКА</b>	
<i>Грабельников А. А., Грабельникова М.А.</i> ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В НОВОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЕ	141
<i>Ржанова С. А.</i> ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ДИАЛОГ: ОСНОВА ЖУРНАЛИСТИКИ СФЕРЫ БИЗНЕС - КОММУНИКАЦИИ	148
<i>Дороцук Е. С.</i> ЭТНО-МЕДИАПРОЕКТЫ В СИСТЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	154
<i>Цуканов Е. А.</i> МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАТВОРЧЕСТВО ЗА ПРЕДЕЛАМИ ТЕХНОЛОГИЙ	162
<i>Боева Г. Н.</i> КОНЦЕПТОСФЕРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ОБЪЕКТ РЕКЛАМОВЕДЕНИЯ	167
<i>Артамонова И. М., Ефименко А. А.</i> ЯЗЫКОВЫЕ МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СРЕДСТВА В ЗАГОЛОВКАХ ИНТЕРНЕТ- СМИ ВО ВРЕМЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ	174
<i>Сереброва С.Б.</i> ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СМИ ЧЕРЕЗ КУЛЬТУРНЫЕ ЕДИНИЦЫ	178
<i>Артамонова И. М., Антоненко Ц. А.</i> ФРЕЙМИНГ В КОММУНИКАТИВНОМ ПОТОКЕ	183
<i>Лютикова А. А.</i> К ВОПРОСУ ОБ ЭВОЛЮЦИИ ЖАНРОВ ЖУРНАЛИСТИКИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	188
<i>Хворова В. А.</i> КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН «ПОКОЛЕНИЯ М»: ОСНОВНЫЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ	194

# КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 39: 316: 179

## ТРАНСФОРМАТИВНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ В ФОКУСЕ КУЛЬТУРНО-АКСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*Муза Д. Е.*

*доктор философских наук, профессор  
Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: dmuz@mail.ru*

В статье анализируется переход современной культуры к рубежам и формам трансгуманизма. Особое внимание уделено наметившемуся замещению культуры информацией, а человека набором функционалов. Показано, что у подобных траекторий есть альтернатива в виде морального консерватизма.

**Ключевые слова:** социокультурная деструкция, векторы расчеловечивания человека, трансгуманизм, моральный консерватизм, «жизненный мир».

The article analyzes the transition of modern culture to the frontiers and forms of transhumanism. Particular attention is paid to the emerging replacement of culture with information, and the person with a set of functionals. It is shown that such trajectory has an alternative in the form of moral conservatism.

**Key words:** sociocultural destruction, human dehumanization vectors, transhumanism, moral conservatism, «life world».

Трансформации современной культуры, со всей очевидностью реализующиеся по формуле: все, что технически (и технологически) возможно, необходимо рано или поздно осуществить, – нуждаются в тщательном анализе и оценке. Но главное в коррекции, а то и запрете этой «абсолютной экспериментальности», не знающей никаких пределов, в т.ч., «человеческих, слишком человеческих».

Справедливости ради необходимо ставить вопрос и о социокультурной деструкции (процесс снижения уровня системно-иерархической структурированности, сложности и полифункциональности культурного комплекса какого-либо сообщества в целом или отдельных подсистем этого комплекса [1, с. 277]), и о последовательной деструкции природы человека с заменой таковой на формацию пост-человека (см.: [2]).

Указанная проблема, как представляется, имеет «слабую» и «сильную» версии понимания культурных и антропологических сдвигов. Разумеется, не по «оси»: модерн – постмодерн – автопостмодерн и т.п. Скорее всего по «оси» расчеловечивания всего: от политики и рынка – до образования и морали. К примеру, А. Жиру недавно показал, как именно сегодня в США

выглядит корреляция между «растущим измельчением человека и развитием культуры жестокости, тип зомби-политики, в которой живые мертвецы ведут ненасытный образ жизни, который разрушает практически все аспекты независимого демократического государства [3, с. 45-46].

Ниже я постараюсь остановиться на этих версиях, предложив (цель статьи) их своеобразный синтетический вариант. Исследование же этой малопонятной и малоизученной проблемы подразумевает выход в педагогическую плоскость, ибо она являлась и является средостением жизненных антропологических «истоков» и «токов».

Но вначале следует уяснить логику обеих версий трансформативной антропологии, их вполне недвусмысленных горизонтов.

Итак, «слабая» версия может быть представлена соображениями известного российского философа Л.В. Скворцова. Он достаточно остро очертил следующее: «Одна из ключевых проблем информационного общества может быть сформулирована в виде вопроса: *что делает информация с культурой?* Или точнее: *чем становится культура, превращаясь информацию?»* [4, с. 69] (курсив – Л.С.).

В общем виде ответ на этот вопрос гласит: культура становится моментом информационного поля. Но более важно то, что актуально происходит с человеком: «Человек имеет систематический контакт с универсальной информационной средой и это радикальным образом меняет тип его ментальности – как бессознательное, так и осознанные реакции на события» [там же].

Причем, сама фактура катастрофичности тут задана именно спецификой содержания и функционирования информационного поля. Последнее адсорбирует все элементы культуры, включая язык, религию, повседневность и т.д. И, похоже, его поглотительная способность только растёт. Однако оно, будучи реальным и действующим феноменом, «не имеет единой цели вне себя самого» [там же, с. 70].

Быть может этот сюжет является наиболее важным с точки зрения замыкания культуры на расширяющую информационную вселенную. И как тут не вспомнить представление Чарльза Беббиджа о мегатеке как хранилище хаоса [5, р. 179]. Но это замыкание, в том числе касается самого человека, его погруженную в «матрицу» множащихся идентичностей.

Иначе говоря, перефразируя Поля Валери, можно сказать: «мир упорядоченно усеян разупорядоченными формами». Именно в таком «дивном и сверх-новом мире» экзистировал современный человек – «цифровой абориген» (А. Росс).

Почему, собственно, такая аксиологическая ригидность?

Недавно американский интеллектуал Джарон Ланир (автор «Манифеста: вы не гаджет»), показал, что «информация есть отчужденный опыт» [6, с. 52]. Даже в ситуации с экспоненциальным её ростом, и будучи концентрированным в битах опытом, она не может «преподнести опыт, если её не побудить на это определенным действием» [там же]. Такие

побудительные «величины» по-прежнему сосредоточены в культуре, в сфере коллективного человеческого духа.

Разумеется, такая постановка вопроса может многих не устроить, однако «тест Тьюринга» также не может служить фронтиром культурных и антропологических трансформаций.

В свою очередь «сильная» версия происходящих культурных и антропологических изменений может быть представлена разработками математика и философа С.С. Хоружего. Так, он находит, что современная ситуация человека может быть описана при помощи *концепта «радикальных антропокодов»*. Они, в свою очередь, могут быть определены как ведущие трансформационные основы и траектории человеческой экзистенции.

К ним он относит: 1) виртуальные практики массовой поп- и рок-культуры, которые за счет разыгрывания, имитации, симуляции «огромного мира негативных антропологических проявлений» – разрушительных, криминальных, патологических и др., освобождаются деструктивные импульсы и эмоции; 2) выходы и погружения в киберпространство, в компьютерную виртуальную реальность, которые, между прочим, выстраиваются в схему: интерфейс – мозг-машина, подразумевающую целый спектр практик, отрывающих привычное мышление-и-действие от реальных процессов и проблем [7, с. 83 - 84].

При всей кажущейся замысловатости этой конструкции, она, тем не менее, более точно указывает на вектор расчеловечивания (дегуманизации), точнее, на постчеловеческую перспективу современных цифромерных культур и социумов.

Справедливости ради тут необходим переход на уровень метапозиции осмысления происходящего, поскольку структурные (в первом случае) и динамические (во втором) моменты все же нуждаются в рефлексивном сопряжении. Надеюсь, с последующим форсированием столь искомого всеми «просвета» в человеческом бытии.

Этот «просвет» для кибернетических тоталлистов (технооптимистов) связывается с нынешним моментом, «когда экспоненциальные и комбинаторные изменения в технологическом окружении человечества становятся неизбежными и необратимыми» [8, с. 23]. Любопытно, что при этом известный американский футуролог Герд Леонард, с одной стороны, выводит современные технологии (от искусственного интеллекта до редактирования генома) из под опеки морали, а с другой, полагает, что они должны стать «машиной счастья» (в виде «ботов настроения» и «технологических удовольствий» [там же, с. 220 - 230].

Тем не менее, необходимо признать, что футурологический забег (или заплыв) уже начат. Определена точка «сингулярности» – 2045 год, и для этого осуществляются системные инновационные и управленческие акции, равно как популяризируется сам трансгуманизм как вершина технологической мудрости («Матрица», «Аватар» и т.п.). Словом, парадигмально-технологический сдвиг сулит много интересного...

Его интрига, между прочим, последовательно дешифрована российским ученым В.А. Кутырёвым. В частности, им предложена такая схема: трансмодернизм – трансгресс – трансверсум – трансвитализм – трангуманизм – трансгоманизм – трансномонизм [9, с. 237]. Она есть ничто иное как «Самоапокалипсис», т.е. искусственное стремление мира людей к самоснятию и «выхолащиванию себя через гонку постчеловеческих технологий» [там же, с. 240] (курсив – В.К.). Итог – дигитально-виртуальная симуляция, а по сути – «культура Смерти».

В таком случае справедлив ряд инвектив против подобного псевдоморфоza человека и человечества (как бы радикально это не выглядело). И здесь привычный «жизненный мир» людей может и должен выступить основанием экзистенциальной борьбы за жизнь и её смысл.

Более двух десятков лет тому назад А.С. Панарин обратил внимание на то, что создаваемый технической цивилизацией искусственный «второй мир» так и не удовлетворил всех требований «жизненного мира». Но именно на фоне технологической иллюзии сегодня обнаруживается правота «жизненного мира», «незаменимость его для человека как существа не только социального, но и природно-космического, причастного к структурам и тайнам мироздания» [10, с. 45].

Отсюда принцип морального консерватизма, ставящий во главу реванш «жизненного мира». Точнее – его неподконтрольности избыточной технократической рациональности, диктату её мертвящих форм.

И здесь есть смысл присмотреться к контр-аргументации С.С. Хоружего, направленной против трансгуманизма. Вполне справедливо он полагает, что библейско-христианский сюжет видения человека, так невостребованный пост-современностью, опирается на следующие аксиоматические по своей сути тезисы:

1) человек составляет онтологическое единство с Миром, Универсумом как «тварь», сотворенное бытие, которое в целом, как таковое, отделено онтологической дистанцией, от бытия нетварного, Божественного;

2) хотя человек един с миром, он выделен в нем, занимает в нем центральное и верховное положение, имеет данную ему Богом власть над тварью;

3) хотя человек отделен от Бога, он с Ним имеет «Завет» и сохраняет с Ним постоянную и обоюдную связь, духовную и экзистенциальную, и сама эта связь Бога и человека играет решающую роль в истории и финальной участи всей твари [7, с. 187]. Как видим эта композиция отменяет схематику трансгуманизма.

Приняв эту точку зрения в качестве ведущей, мы получаем шанс найти «ответ» на беспрецедентный «вызов» ставшей яко бы самодостаточной техносферы. Причем, «ответ» этот будет ничем иным как отвоевание и закрепление Богом данных прав человека и его подлинного «жизненного мира».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Флиер А.Я. Социокультурная деструкция // Флиер А.Я. Культурология для культурологов: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2002. – С. 277 – 279.
2. Напр.: Муза Д.Е. Информационное общество: притязания, возможности, проблемы / Д.Е. Муза. – Днепропетровск: Адверта, 2013. – 144 с.; Муза Д.Е. Homo Matrix как иллюзия: к критике позитивного опыта виртуального / Д. Е. Муза // Философские дескрипты. 2015. Выпуск № 14. Барнаул: АлтГУ, 2015 // Режим доступа: <http://www.philosophicaldescript.ru/?q=taxonomy/term/14> ; Dmitry E. Muza, (в соавторстве с Ekaterina B. Pyanovich). Homo Matrix: to Audit the Problems of Culture Subjectivity of Information Society // European Journal of Philosophical Research, 2015, Vol. (4), Is. 2. PP. 83 – 89; Муза Д.Е. Постантропологический вектор глобального развития: к логике нелинейной процессуальности / Д.Е. Муза // Век глобализации. – 2018. – № 1. – С. 50 – 60; Муза Д.Е. Человек как проблема современной философии образования: к алогизму «отсутствующего субъекта» / Д.Е. Муза // Вестник ДонПИ. – 2018. – № 1. – С. 138 – 142 // Режим доступа: [http://donpi.ru/wp-content/uploads/vestnik\\_donpi/Vestnik\\_DonPI\\_Vyp.3\\_2018.pdf](http://donpi.ru/wp-content/uploads/vestnik_donpi/Vestnik_DonPI_Vyp.3_2018.pdf)
3. Жиру А. Зомби-политика и культура в эпоху казино-капитализма / А. Жиру. – Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2015. – 284 с.
4. Скворцов Л.В. Цивилизационные опасности: философская интерпретация / Л.В. Скворцов. – М.: СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2018. – 384 с.
5. Babbige Ch. The Work of Charles Babbige. – New York: New York University Press, 1989. – 280 p.
6. Ланир Д. Вы не гаджет. Манифест / Д. Ланир. – М.: CORPUS, 2011. – 320 с.
7. Хоружий С.С. Социум и синергия: колонизация интерфейса / С.С. Хоружий. – Казань: Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП), 2016. – 452 с.
8. Леонгард Г. Технологии против человека / Г. Леонгард. – М.: Издательство АСТ, 2018. – 320 с.
9. Кутырёв В.А. Последнее целование. Человек как традиция / В.А. Кутырёв. – СПб.: Алетейя, 2015. – 312 с.
10. Панарин А.С. Реванш истории: российская стратегическая инициатива в XXI веке / А.С. Панарин. – М.: Издательская корпорация «Логос», 1998. – 392 с.

*Донецкий национальный университет*

*Муза Дмитрий Евгеньевич*

*доктор философских наук, профессор, профессор кафедры политологии*

*Донецк*

*E-mail: [dmuza@mail.ru](mailto:dmuza@mail.ru)*

## РАЗВИТИЕ КОНЦЕПТА «МОРАЛЬНЫЕ ПАНИКИ» В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ РЕТРОСПЕКТИВЕ

*Ефанов А.А.*

*кандидат социологических наук, доцент*

*НИУ «Высшая школа экономики»*

*Москва, Россия*

*E-mail: yefanoff\_91@mail.ru*

В статье рассматривается концепт «моральные паники» с позиций развития данного феномена в социокультурной ретроспективе. Автор обосновывает природу данного явления с позиций культурологических детерминант. Посредством ретроспективного анализа эксплицируются явления моральной паники, возникающие в результате возникновения ряда молодежных субкультурных движений (неофашисты, хиппи, люберы, скинхеды, готы, рейверы и проч.), а также литературных произведений.

**Ключевые слова:** моральные паники, общество, медиа, культура, литература.

### DEVELOPMENT OF THE CONCEPT “MORAL PANICS” IN THE SOCIOCULTURAL RETROSPECTIVE

*Yefanov A.A.*

The article discusses the concept “moral panics” from the standpoint of the development of this phenomenon in the socio-cultural retrospective. The author substantiates the nature of this phenomenon from the standpoint of cultural determinants. Through a retrospective analysis, the phenomenon of moral panics is articulated as a result of the emergence of a number of youth subcultural movements (neo-fascists, hippies, lubers, skinheads, goths, ravers, etc.), as well as literary works.

**Keywords:** moral panics, society, media, culture, literature.

Концепт «моральные паники» имеет довольно сложную полипарадигмальную природу, требуя глубокого междисциплинарного анализа. Так, с позиций культурологического подхода можно найти прообразы моральных паник, зародившиеся в Средневековье во времена «охоты на ведьм», когда общество было уверено, что, одолев колдунов, Западная Европа сможет очиститься от всех бедствий. Ю. М. Лотман называет подобные явления феноменом истерического страха, при котором «перемена всей жизни, социальных, моральных, религиозных ее устоев и ценностных представлений рождала в массе населения чувство неуверенности, потери ориентировки, вызывала эмоции страха и ощущение приближающейся опасности» [10, с. 629]. По мнению ученого, в период Ренессанса «надежда и страх, бесшабашная удаль одних и чувство потери почвы под ногами у других тесно переплетались. Это и была атмосфера научно-технического переворота» [10, с. 629]. Состояние, описанное Ю. М. Лотманом и именуемое им «феномен истерического страха», можно с некоторой оговоркой рассматривать как прообраз современных моральных паник.

Причиной возникновения моральных паник могут стать архетипы, сконцентрированные в художественных произведениях. В 1775 году, в период популяризации культуры книжного чтения, ставшей предтечей распространения СМИ (печатных периодических изданий), после выхода в свет эпистолярного романа И. В. Гете «Страдания юного Вертера» в Европе якобы произошла волна самоубийств. В эпоху романтизма идеалистические взгляды главного героя произведения Вертера, который из-за несбыточного счастья быть вместе с возлюбленной Лоттой (на тот момент уже обрученной) предпочитает смерть, оказались созвучны настроениям просвещенных молодых европейцев. Сам роман снискал статус настоящей сенсации, став одним из самых продаваемых. Люди пытались подражать не только душевному настрою главного героя, но и внешнему облику. Подобный всплеск интереса ученые назвали «лихорадкой Вертера» (в 1974 году американский социолог уточнил данный термин, обозначив его как «эффект Вертера», тем самым исключив оценочный компонент).

В свою очередь, властные структуры интерпретировали путь самоуничтожения Вертера как призыв к самоубийствам. По ходатайству ученых богословского факультета Лейпцигского университета Городской совет наложил запрет на роман (который был снят лишь спустя полвека) по причине того, что книга пропагандирует совершение суицида. В частности, обоснование справедливости подобного решения содержалось и в некрологах газет того времени: *«На улице Чейзсайд (Саутгейт) внезапно скончалась мисс Гловер, дочь покойного господина Г., в прошлом известного учителя танцев. Под ее подушкой была обнаружена книга “Страдания юного Вертера”. Данное обстоятельство заслуживает внимания. Возможно, оно поможет побороть пагубное влияние этой работы»* (“The Gentleman’s Magazine”) [13].

Несмотря на отсутствие прямой статистики и эмпирических доказательств об увеличении подражательных самоубийств в результате «лихорадки Вертера», представители политической элиты, духовенства, академической среды и журналистского корпуса продолжали обсуждать данный инцидент, оперируя анонимными источниками и засекреченными жертвами. Главные обвинения были связаны с идеализацией со стороны И. В. Гете культа самоубийства. Однако сегодня можно заметить, что все нападки просвещенной общественности были связаны, прежде всего, с сублимированными моральными опасениями через реакцию на бестселлер. Таким образом, «ассоциация романа с дезорганизацией нравственного порядка представляла собой один из первых примеров моральной паники в средствах массовой информации. Внушительные, сенсационные и часто неправдоподобные последствия, приписываемые увлечению чтением книг в XVIII веке, обеспечили культурные источники, на которых основывались последующие реакции на кино, телевидение и Интернет. В этом смысле “лихорадка Вертера” упредила панику в СМИ будущего» [13].

Таким образом, можно заметить некую закономерность, что состояние молодежи формирует потенциальную угрозу для общества. Молодое поколение воспринимается как некий «преемник», приходящий на смену нынешней социально активной группе, а потому вызывающий у нее беспокойство о нравственном здоровье будущей «основы» общества [5, с. 70]. Особую опасность в отношении облика будущей «основы» общества представляют социальные движения экспрессивного характера, приобретающие быструю популярность в молодежной среде. Социологи сходятся во мнении, что появление любой новой группировки для россиян – это «слом культурного базиса народа, серьезный социальный недуг, равный по степени влияния алкоголизму или наркомании» [14, с. 104]. Нередко опасения общества в отношении действий того или иного молодежного сообщества приобретают масштабы моральной паники, в результате чего на его участников «наклеивается ярлык» девиантов.

По утверждению Д. В. Громова, моральные паники как «эффективный инструмент общественного манипулирования» выступают в качестве механизма развития молодежных сообществ. Вслед за С. Коэном он замечает, что моральные паники «не только пугают общество “народными бесами”, но и создают им рекламу, обеспечивая приток в разрекламированные сообщества новых участников. Именно в СМИ часто создается канон субкультурного образца, которому затем следуют неофиты» [1, с. 164-165]. Ученый усматривает следующие этапы появления и дальнейшего укрупнения молодежной группы:

- возникновение группы;
- детальное описание СМИ особенностей этого сообщества;
- нарастание общественных фобий, сопровождаемое появлением моральной паники, характеризуемой чрезмерной акцентуацией внимания к «мифологизированному образу» группы;
- формирование «обратной реакции», при которой молодежь начинает активно вливаться в ряды сообщества, заимствуя образцы поведения, представленные в СМИ.

Подобная модель была присуща как молодежным сообществам советского периода (возникновение неонацистов, рост движения хиппи, появление люберов), так и современной России (увеличение численности скинхедов, популяризация субкультуры готов). К примеру, муссирование информации о «молодежи со свастикой» привело к всплескам уличной антифашистской активности, а поддержание стереотипа, будто хиппи является культурой наркоманов, усиливало девиантность, заставляя новых сторонников движения употреблять наркотики. Однако статистические данные свидетельствовали о том, что среди хиппи наркоманов было не больше, чем среди представителей других молодежных движений [6].

Обилие в конце 1980-х годов новостей о группировках в Татарстане породило моральную панику, получившую название «Казанский феномен». Серии статей о спортсменах – борцах за специфически ими понимаемое

«нормативное» поведение советского народа – стали «отправной точкой» в массовом увеличении субкультуры люберов. Фобиям вокруг скинхедов поспособствовало убийство таджикской девочки в Санкт-Петербурге, после чего северная столица стала восприниматься как «город скинхедов», а события 2007 года, когда по Белгороду пронеслась весть, что скинхеды всей страны соберутся здесь на празднование дня рождения Гитлера, породило массу слухов: от волнений горожан до информации о погибших в результате якобы произошедшей стычки.

Основу виктимизации субкультур В. Н. Ярская-Смирнова видит в выставлении напоказ – публитизации - своего образа жизни, в результате чего «в обществе, где царствуют фундаментализм и политика дискриминации, возникает моральная паника и истерия, нарушаются идентичность личности, права человека. Вопрос перерастает в сферу политического, экономического дискурса, получая дивиденды из милитаристских, агрессивных пластов культуры: когда тех, кто не похож на нормальных, виктимизируют» [15, с. 67]. В условиях кризисного общества субкультуры выступают как источник повышенной опасности – своего рода продуценты моральной паники.

Как отмечает Е. Л. Омельченко, советская молодежь «не вызывала у общественности моральных паник» [12, с. 74]. Однако в Европе и на Западе впервые о хулиганстве как о причине для появления моральной паники в середине 1950-х годов заговорил Дж. Пизон, объяснив подобное явление тем, что в эпоху индустриализма достижение молодыми людьми «взрослости» стало сопровождаться чувством тревоги. Изменив привычный образ жизни и лишившись сложившихся устоев, молодежь начинает искать себя, род применения своих возможностей, объединяясь в группировки и составляя, таким образом, реальную угрозу для общества.

В конце 1980-х годов в мире стало набирать популярность рейв-движение с музыкальным направлением «хаус», проникновение которого в Россию Р. П. Лисеев сравнивает с моральной паникой. Протест СМИ против андеграунда принес новому жанру еще большую востребованность, «в результате моральная паника стала традиционным способом увеличения объемов продаж молодежной музыки» [9, с. 126], чему нередко благоволят и, собственно, сами представители молодежной индустрии.

Изучая историю вопроса, М. А. Жаркова заявляет о быстрой адаптации общества к уже известным прецедентам моральной паники, формирующимся по аналогичной схеме: «В 1960-е гг., когда прошел ряд моральных паник, за субкультурами протестного характера (битниками, хипстерами, хиппи, стилягами и т.д.) последовали субкультуры разнообразного характера, в том числе и развлекательно-гедонистического характера (спортивные, музыкальные субкультуры и т.д.). Общественное отношение к феномену стало более спокойным» [7, с. 35-36].

Разрабатывая общую теорию моральной паники субкультур, М.А. Жаркова делает вывод, что «выбор жизненного стиля как форма

сопротивления является главной темой». При этом она акцентирует внимание на наличии природы саморазрешения социального конфликта, поскольку в процессе социализации у молодежи формируются механизмы адаптации к социальным условиям и, как следствие, происходит «включение молодых людей в общество».

И. С. Кон, в свою очередь, считает, что одной из причин появления моральной паники в отношении молодежи стало освобождение сексуальной культуры. Причем ее первая «волна» 1920-х годов привела к ужесточению цензуры и репрессивным мерам к искусству того времени; вторая «волна» постперестроечного периода – повлекла возникновение антисексуальных лозунгов с призывами блокировать сексуальное образование, что воспринималось учеными как «геноцид российской молодежи, со всеми вытекающими отсюда последствиями» [8, с. 45].

Е. Э. Еникеева замечает обратный процесс, когда молодежь становится подверженной моральным паникам, основа которых кроется в некоем парадоксе: с одной стороны, молодые люди всегда пытаются демонстрировать свою свободу и независимость; с другой, – они «крайне зависимы, в первую очередь, от семьи из-за своего нестабильного материального положения. Несомненно, такое противоречие часто вызывает психологическую нестабильность в восприятии мира» [2, с. 31].

Н. Ю. Масленцева и С. Б. Масленцева заявляют об изменении состава акторов моральной паники, когда для привлечения большего внимания к проблемам молодежи ученые начинают искусственно вмешиваться в процесс создания моральных паник, превращаясь в своего рода инспираторов явления. В итоге подобные практики получают антимолодежный характер, поскольку они «нивелируют саму молодежную реальность, в которой не все демонстрируют общественную опасность, риск и угрозу общественной безопасности» [11, с. 218].

Таким образом, рассмотрение моральных паник в отношении молодежных движений в социокультурной ретроспективе позволяет определить, что данные явления репрезентируются как угроза социальным ценностям. Вступая в определенную субкультуру, индивид заимствует модели поведения и сложившуюся там систему ценностей. Привлекая все больше участников, данный процесс приобретает «стихийный и массовый характер, воспринимаясь в глазах общества и с прямой подачи медиа как нравственный упадок, полная деформация ценностно-мировоззренческих установок» [4, с. 72]. Действия будущих «преемников» социально активной группы расцениваются с точки зрения разрушения социальной структуры. При этом нельзя исключать конструктивное зерно, поскольку моральные паники в отношении молодежных движений помогают преобразовывать социальную структуру, ликвидируют рудименты архаичных ценностей и норм, тем самым адаптируя индивидов к реалиям современной действительности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Громов Д.В. «Моральная паника» как механизм развития ряда молодежных сообществ Советского Союза и России // Историческая психология и социология истории. 2012. — № 1. — С. 164-178.
2. Еникеева Е.Э. Влияние глобальных моральных паник на молодежь в современном обществе // Сборники конференций НИЦ Социосфера. Прага: Vedecko vydavatelske centrum «Sociosfera-CZ» s.r.o. 2011. № 25. — С. 31-33.
3. Ефанов А.А. «Волны» моральных паник в российском обществе 1990-2010-х годов: историко-социологический анализ // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. — 2018. Т. 18. № 1. — С. 4-9.
4. Ефанов А.А. Моральные паники как фактор социальных изменений: диссертация ... канд. социол. наук: 22.00.04. Саранск, 2016. 179 с.
5. Ефанов А.А. Социально-психологические последствия медиавоздействия: Монография. — Оренбург: Издательско-полиграфический комплекс ОГУ, 2018. — 219 с.
6. Ефанов А.А. Структурная типологизация моральных паник как прецедентов социальной действительности // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. № 6 (1). С. 65-69.
7. Жаркова М.А. Молодежный субпоток: особенности формирования, функционирования и трансформации в современном российском обществе (на примере города Казани): диссертация ... канд. социол. наук: 22.00.04. — Казань, 2013. 249 с.
8. Кон И.С. Сексуальные ценности и сексуальное поведение на фоне исторических перемен // Тезисы докладов на научной конференции «Демографическая модернизация, частная жизнь и идентичность в России». — М.: Центр демографии и экологии человека ИНИ РАН, Институт этнологии и антропологии РАН, 2002. — С. 45-46.
9. Лисеев Р.П. Молодежный журнал как субкультурный феномен: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. — СПб., 2005. 188 с.
10. Лотман Ю.М. Технический прогресс как культурологическая проблема // Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки (1968-1992). СПб.: Искусство-СПБ, 2000. — С. 611-657.
11. Масленцева Н.Ю., Масленцева С.Б. Молодежь в зеркале современного общества // Состояние и перспективы социально-медицинской работы с ветеранами и участниками вооруженных конфликтов: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2005. — С. 218-220.
12. Омельченко Е.Л. Молодежный активизм в России и глобальные трансформации его смысла // Журнал исследований социальной политики. — 2005. № 1. С. 59-87.
13. Первая моральная паника в СМИ // Muz4in.Net. 2016. URL: [http://muz4in.net/news/pervaja\\_moralnaja\\_panika\\_v\\_smi/2016-05-24-41132](http://muz4in.net/news/pervaja_moralnaja_panika_v_smi/2016-05-24-41132) (дата обращения 25.02.2019).
14. Рюмин А.М. Современные стереотипы о России в массовом сознании жителей стран Запада: диссертация ... канд. социол. наук: 22.00.04. — Нижний Новгород, 2012. — 148 с.
15. Ярская-Смирнова В.Н. Социальная инклюзия в молодежной политике // Поволжский торгово-экономический журнал. — 2010. № 1. С. — 63-73.

*НИУ «Высшая школа экономики»*

*Ефанов Александр Александрович, кандидат социологических наук, доцент  
департамента медиа*

*Москва, Россия*

*E-mail: yefanoff\_91@mail.ru*

## ФОРУМЫ КАК АКТУАЛЬНАЯ ФОРМА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Боголюбова Н. М.**

*кандидат исторических наук, доцент  
Санкт-Петербургский государственный университет  
Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: bogoliubovanm@gmail.com*

**Николаева Ю. В.**

*кандидат исторических наук, доцент  
Санкт-Петербургский государственный университет  
Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: mollycat@mail.ru*

В статье анализируются культурные форумы как оригинальная форма межкультурной коммуникации, которая обладает исключительными возможностями в обсуждении и решении проблем современной культуры и культурного взаимодействия. На современных культурных форумах вопросы культуры представлены в качестве самостоятельной величины и неотъемлемой части деловой программы мероприятий. В статье уточняется понятие «форум» в контексте его современного понимания и комментируются преимущества этой формы межкультурной коммуникации. Авторы рассматривают данную форму межкультурной коммуникации, анализируя программу и эволюцию самого крупного и авторитетного в России Санкт-Петербургского международного культурного форума

**Ключевые слова:** культура, межкультурные коммуникации, форумы, новые формы культурного сотрудничества, Санкт-Петербургский международный культурный форум

### FORUMS AS AN ACTUAL FORM OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

*Bogoliubova N. M., Nikolaeva J. V.*

The article analyzes cultural forums as an original form of intercultural communication. Cultural forums have exceptional opportunities to discuss and solve problems of modern culture and cultural relations. Culture issues are presented here as an independent dimension and an integral part of the business program of events. The article clarifies the concept of “forum” in the context of its modern understanding and comments on the advantages of this form of intercultural communication. The authors consider this form of intercultural communication, analyzing the program and the evolution of the largest and most authoritative St. Petersburg International Cultural Forum in Russia

**Keywords:** culture, intercultural communications, forums, new forms of cultural cooperation, St. Petersburg International Cultural Forum

### Введение

В условиях глобализации и формирования «планетарной» культуры [3, с. 21] новейшего времени большое внимание приобретает вопрос поиска новых форм сотрудничества, которые отражали бы современные реалии и возможности межкультурной коммуникации, а также способствовали

решению актуальных проблем современности [1, с.226-230]. Современное межкультурное взаимодействие осуществляется сегодня в разных формах, одной из которых является форум. Как форма межкультурного взаимодействия форум приобретает все большую популярность, что требует специального изучения с учетом возросшего интереса к данной форме. Культурные форумы проводятся в разных странах мира (наиболее крупные, известные в Китае, Италии, Франции и др.). В России за последние годы форма форума стала также весьма востребована. К сожалению, форум как форма межкультурной коммуникации остается неизученным. В связи с этим авторы данного исследования ставят целью определить место и роль форума в системе современных межкультурных коммуникаций.

### **Форум в системе межкультурного взаимодействия начала XXI века**

На наш взгляд, современные форумы являются интересным и актуальным примером сотрудничества, которое активно протекает на двустороннем и многостороннем уровнях. Само понятие «форум» в его современном понимании, безусловно, нуждается в уточнении. Например, в исторических исследованиях «форум» ассоциируется с эпохой античности. Исконное значение латинского слова «forum» — рыночная площадь. Так в Риме называли городской рынок, торжище или центральную площадь [7].

В современном мире понятие «форум» насыщено иным содержанием. В первую очередь это мероприятие, проводимое для обозначения или решения глобальных проблем в т.ч. в политике и международном общении: например, Форум тихоокеанских островов, Евразийский экономический форум молодежи.

Сегодня форум воспринимается, прежде всего, как пространство диалога, в широком смысле межкультурного общения, которое может протекать как в интернет-пространстве [8], так и объединять участников по политическому (например, Глобальный стратегический форум), тематическому (например, Экологический форум), географическому (например, Арктический форум) или профессиональному принципу (например, Форум разработчиков цифровой электроники (DEDF — Digital Electronics Developers Forum)). Объединяет современные форумы одна важная черта. Все они являются местом встреч и дискуссий специалистов и широкой заинтересованной общественности, центром профессионального общения, которое протекает по заранее продуманному сценарию. Многие форумы завершаются подписанием итоговых документов, которые содержат рекомендации и предложения, сформулированные профессиональным сообществом, и представляют практическую и теоретическую ценность.

В последнее время большую популярность приобретают культурные форумы, которые объединяют сообщество профессионалов и широкую общественность на разных дискуссионных площадках и в обширной культурной программе. Разнообразие культурных форумов в мире сегодня велико, среди крупнейших стоит отметить Санкт-Петербургский

международный культурный форум, Московский культурный форум, Московский урбанистический форум, Российско-финляндский культурный форум, Форум свободной культуры (FCForum), Культурный форум мировых городов, Азиатский культурный форум, Мировой форум культур (Universal Forum of Cultures). В 2019 году впервые будет проведен Первый уральский региональный форум Culturalica [2].

### **Санкт-Петербургский международный культурный форум, его роль в культурном сотрудничестве России**

Крупнейшим в России и наиболее авторитетным в мире, безусловно, является Санкт-Петербургский международный культурный форум (СПБМКФ), который в последние годы стал важным событием международной жизни и одним из новых брендов культурной столицы России.

Популярность СПБМКФ в мире весьма велика, об этом свидетельствует программа, дополняющаяся все новыми и новыми секциями, проектами, а также постоянно увеличивающееся число известных российских и зарубежных гостей. Интереснейшую концепцию данного мероприятия, принципы организации и проведения Форума, культурные события в рамках данного мероприятия, безусловно, можно рассматривать как яркий и успешный пример крупного международного события и актуальный пример межкультурной коммуникации.

Отметим, что в 2018 году Форум проводился уже в седьмой раз и за семь лет своей истории он стал авторитетной площадкой для межкультурного диалога. Его гостями и участниками, руководителями дискуссионных площадок были выдающиеся актеры, музыканты, художники, представители науки, академического сообщества. Это известный дирижер Валерий Гергиев, пианист Денис Мацуев, альтист Юрий Башмет; театральные режиссеры Теодорос Терзопулос, Тадаси Судзуки, Тони Сервилло, Валерий Фокин, Лев Додин, Андрей Могучий; генеральный директор Государственного Эрмитажа Михаил Пиотровский; кинорежиссеры Киёси Куросава, Паоло Дженовезе, Федор Бондарчук, Андрей Кончаловский, Алексей Учитель; актриса Клаудия Кардинале; джазовые звезды Патти Остин и Игорь Бутман; писатели Эрик Вуйяр, Януш Вишневский, Евгений Водолазкин, Гузель Яхина [4]. Почетным гостем и участником Форума неоднократно была директор авторитетной международной организации ЮНЕСКО Ирина Бокова. Безусловный авторитет и особенное значение Форуму придает и тот факт, что данное культурное событие проводится при поддержке Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина, который традиционно приветствует участников данного мероприятия и принимает участие в его культурной программе.

В мероприятиях Форума могут принять участие практически все заинтересованные лица. Аудитория мероприятия делится на два потока, общественный и профессиональный. Участники должны пройти процедуру регистрации, предоставив организаторам сведения, необходимые для

оформления соответствующих документов. Все участники Форума имеют возможность посетить бесплатно многие музеи, выставочные и концертные залы Санкт-Петербурга. Список музеев, включенных в программу открытого посещения участниками СПбМКФ, постоянно растет.

Сама программа Форума включает, как правило, более 400 мероприятий, которые проходят на площадках петербургских театров, музеев, учебных заведений, библиотек. Его основной площадкой по традиции является Главный штаб Государственного Эрмитажа, что придает мероприятиям особый статус, праздничный характер и открывает перед участниками дополнительные возможности [4].

Деловая площадка Форума, открывается в Российском этнографическом музее, Центральном выставочном зале «Манеж». Значительная часть мероприятий Форума была также организована в Мариинском театре, Государственной академической капелле, Санкт-Петербургском государственном университете, Санкт-Петербургском институте культуры и других городских пространствах [4].

Работа Форума реализуется в мероприятиях различных секций: театр, музыка, музеи и выставочные проекты, кино, цирк и уличный театр, народное творчество и нематериальное культурное наследие, туризм, балет и танец, изобразительное искусство, сохранение культурного наследия, литература и чтение, массовые коммуникации, образование, креативная среда и урбанистика.

Кроме работы в секциях все участники могут принять участие в мероприятиях межсекционных программ, которые объединяют гостей и профессиональную аудиторию по тематическим направлениям. Участники данных программ имеют возможность обсудить оригинальные технологии международных междисциплинарных проектов и выработать новые подходы к решению актуальных задач [4].

Деловая площадка СПбМКФ является платформой для взаимодействия крупных российских и зарубежных специалистов в области культуры и образования, представителей государственной власти, политиков, бизнесменов, руководителей профессиональных союзов российских и зарубежных организаций, лидеров мнений. Данная площадка развивает коммуникацию в профессиональном сообществе и создает условия для практической реализации разнообразных инициатив [4].

Сегодня под эгидой Форума в Санкт-Петербурге проходит множество культурных событий, которые проводятся задолго до программы основных мероприятий. Форум стал очень популярной и знаковой площадкой для театров и музеев, учебных заведений, архивов и библиотек Санкт-Петербурга. Провести мероприятия в рамках СПбМКФ стало почетно и ответственно для руководителей различных творческих коллективов. В свою очередь эмблема Форума – это дополнительная реклама для любого спектакля, выставки, гастролей или мастер-классов.

За свою еще совсем не долгую историю Санкт-Петербургский международный культурный форум дал старт новым интересным проектам, значимым культурным инициативам.

В 2018 году в Санкт-Петербурге был реализован проект «Международный день джаза». О его проведении в городе на Неве было объявлено почетным гостем Культурного форума Ириной Боковой еще в 2017 году. Затем на Форуме была открыта уникальная профессиональная джазовая платформа Jazz Across Borders (JAB) - первая и единственная в России, да и во всем мире [9]. JAB сегодня объединяет музыкантов и исполнителей, известных исследователей, музыкальных критиков и большую аудиторию слушателей, любителей джаза. Данный проект – это концерты, мастер-классы и другие знаковые мероприятия. С одной стороны Jazz Across Borders – это самостоятельный фестиваль со своей программой, участниками, а с другой – пример расширения и профессионализации программы Санкт-Петербургского международного культурного форума, который в 2018 году принял 35 000 участников (в том числе 13 000 участников Профессионального потока и 22 000 участников Общественного потока.) «Среди участников и спикеров Форума 2018 года были более 2 000 представителей 101 иностранного государства. Форум посетило 50 иностранных делегаций» [4].

Сегодня Форум стал еще и площадкой для награждения деятелей культуры, представителей бизнеса, внесших весомый вклад в решение актуальных вопросов сохранения и популяризации культуры и культурного наследия.

Одной из наиболее статусных премий, которые вручаются в рамках Форума, является премия «Меценат года», которая была учреждена Министерством культуры Российской Федерации. Номинантами премии являются физические лица и предприниматели, а также учреждения, которые участвуют в финансировании, разработке и реализации проектов в области культуры и искусства. Десять лучших номинантов, прошедших предварительный отбор, награждаются знаками отличия «За благодеяние», дипломами «Меценат года» и благодарностями Министерства культуры РФ за масштабную благотворительную деятельность [6].

Другая премия Форума, носящая имя Анатолия Васильевича Луначарского, присуждается неравнодушным, самоотверженным работникам музеев, театров, библиотек, киностудий и других учреждений культуры регионов России, которые посвящают свою жизнь сфере культуры, образования и просветительства [5].

Премии стали неременной частью программы Форума совсем недавно. Так, Премия им А.В. Луначарского была учреждена в 2015 году, а премия «Меценат года» в 2016 году. Однако, сегодня они приобрели самостоятельную ценность и существенно расширили саму концепцию Форума и географию его участников.

В 2016 году Культурный форум предложил еще одну интересную инициативу. В программе СПбМКФ появился почетный статус «Страны-гостя». Данный статус подчеркивает особенные приоритетные отношения между РФ и страной партнером. Страна-гость может представлять в рамках Форума особенную, более расширенную культурную программу, которая реализуется как в даты проведения Форума, так и в рамках программы «Под эгидой Форума». Данный статус предполагает более значимый список делегации, в которую могут входить представители министерства культуры, чиновники, бизнесмены и выдающиеся деятели культуры и искусства своей страны. В 2018 году статус страны гостя в рамках Форума получили Итальянская республика и Катар [4].

Таким образом, СПбМКФ - это прекрасный пример такой актуальной формы межкультурных коммуникаций, как форум, которая позволяет участникам данного мероприятия выстраивать профессиональные коммуникации, вовлекать в диалог широкую общественность и формировать среду общения, открытую для самой широкой аудитории.

Подобный формат имеет свои преимущества. Продуманная программа и четкие сроки проведения СПбМКФ позволяют представителям разных стран, сфер и направлений культуры планировать свою деловую программу, ориентируясь на сроки проведения Форума. Форум можно рассматривать и как учебную площадку т.к. мастер-классы и открытые дискуссии дают возможность студентам обсудить актуальные вопросы с признанными лидерами, авторитетными специалистами-практиками. Кроме того, данное событие объединяет разные уровни коммуникаций, развивает диалог на двустороннем и многостороннем уровнях.

### **Выводы**

Сегодня культурных форумов становится все больше и больше, однако их успешное развитие возможно лишь тогда, когда проекты обретают свое лицо и предлагают свой формат коммуникаций, свою культурную программу и ориентированы на свое профессиональное и общественное сообщество.

В эпоху глобализации и интенсивного культурного обмена важно найти новые организационные подходы для общения, обозначить темы, которые смогут объединить всех участников и способствовать их актуализации и решению.

Конечно, рассматривая форумы как уникальный пример межкультурной коммуникации, стоит отметить, что само понятие «форум» сегодня трактуется широко. По сути, форум – это многожанровый фестиваль с широкой и разнообразной деловой и культурной программой. Однако в современных форумах акцент сделан именно на деловую программу, которая сопровождается культурными, образовательными мероприятиями, ориентированными на самую широкую аудиторию. Возможно, именно в органичном объединении культурной и деловой программ заложен успех культурных форумов, интерес к которым год от года только растет.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Боголюбова Н., Николаева Ю. Актуальные формы кросс-культурных коммуникаций в начале XXI века// Культура в фокусе научных парадигм. 2017. № 5. С. 226-230.
2. Культура Екатеринбурга - афиша, новости, репортажи. URL: <http://культура.екатеринбург.рф/articles/698/i234751/> (дата обращения 04.02.2019)
3. Николаева Н. С. Япония – Европа: Диалог в искусстве. Середина XVI - начало XX века/ Н.С. Николаева. – М.: Изобразительное искусство, 1996. - 400 с.
4. Официальный сайт Санкт-Петербургского международного культурного форума. URL: <https://cuuralforum.rult> (дата обращения 04.02.2019)
5. Положение о премии имени Анатолия Васильевич Луначарского дирекции Санкт-Петербургского международного культурного форума для работников культуры, не являющихся представителями творческих профессий. URL: <https://culturalforum.ru/page/1507080281915-awards-lunacharskogo> (дата обращения 05.02.2019)
6. Премия «Меценат года». URL: <https://culturalforum.ru/page/1507080281915-national-avards> (дата обращения 05.02.2019)
7. Римский Форум. Энциклопедия кругосвет. Универсальная научно-популярная энциклопедия. URL: [https://www.krugosvet.ru/enc/istoriya/FORUM\\_RIMSKI.html](https://www.krugosvet.ru/enc/istoriya/FORUM_RIMSKI.html) (дата обращения 05.02.2019)
8. How We Talk Online: A History of Online Forums, From Cavemen Days To The Present. URL: <https://www.makeuseof.com/tag/how-we-talk-online-a-history-of-online-forums-from-cavemen-days-to-the-present> (дата обращения 05.02.2019)
9. Jazz Across Borders. URL: [https://jfc-club.spb.ru/jazz\\_across\\_borders/](https://jfc-club.spb.ru/jazz_across_borders/) (дата обращения 05.02.2019)

*Санкт-Петербургский государственный университет*

*Боголюбова Наталья Михайловна, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры международных гуманитарных связей*

*Санкт-Петербург, Россия*

*E-mail: bogoliubovanm@gmail.com*

*Николаева Юлия Вадимовна, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры международных гуманитарных связей*

*Санкт-Петербург, Россия*

*E-mail: mollycat@mail.ru*

## МИР ГЛАЗАМИ НАСЕКОМЫХ: СПЕЦИФИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ВИДЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

**Кравченко О. А.**

*доктор филологических наук, доцент  
Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: 1234oksna@bk.ru*

**Бондаренко С. В.**

*Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: stanley.lenskiy@gmail.com*

В статье рассматривается специфика художественного видения эпохи постмодерна, соотносимая с «инсектной» составляющей современной культуры. На примере творчества В. Пелевина, П. Гринуэя, К. Тарантино прослежено своеобразие художественных приемов минимализации и децентрации образа. Делается вывод о том, что постмодернистский тип восприятия реальности возникает в сопряжении ризоматических и инсектных кодов, формирующих фасеточное зрение.

**Ключевые слова:** инсектный код; художественное видение; фасеточное зрение; ризома; постмодернизм; коллаж.

### WORLD THROUGH AN INSECTS EYES: THE SPECIFICS OF ARTISTIC VISION OF MODERN CULTURE

*Kravchenko O. A., Bondarenko S. V.*

The article discusses the specificity of the artistic vision of the postmodern era, correlated with the «insect» component of modern culture. On the example of V. Pelevin's, P. Greenaway's, K. Tarantino's works, the originality of artistic techniques of minimizing and decentralizing the image is traced. It is concluded that the postmodernist type of perception of reality arises in the conjunction of rhizomatic and insect codes that form the faceted vision.

**Keywords:** insect code; artistic vision, multi-faceted vision, rhizome, postmodernism; collage.

Проблема художественных форм, задающих специфическое видение мира, – одна из актуальных в современной культурологии. Ее исследованием занимались М. Хайдеггер, М. М. Бахтин, М. Мамардашвили. В истории культуры художественное видение детерминировало картину мира своего времени. Автор художественного произведения устанавливает точку зрения на событие, на зафиксированное отношение между субъектом и объектом сознания. Например, принцип пропорции и масштаба как художественный метод обрел актуальность в художественной культуре Древнего Египта. В нем заключалась определенная социальная стратификация: фараон изображался самым большим, жрецы – поменьше, рабы – самые маленькие фигуры и т.п. Средневековая культура задала такой тип видения, который получил название обратной перспективы, втягивающей зрителя внутрь того,

что он созерцает, и делает его участником события. Эпоха Возрождения при помощи прямой перспективы и линии горизонта устанавливает дистанцию между человеком и миром, таким образом дает ему точку зрения со стороны.

Актуальность нашей работы состоит в том, чтобы осмыслить проблему точки зрения на мир, сформированный современным искусством.

Цель статьи: проанализировать «инсектную» составляющую современной художественной культуры.

М. Мамардашвили в «Лекциях о Прусте» отмечает: «Все эксперименты в романе, в живописи могут быть поняты как реализация понимания того, что нам действительно нужны какие-то «органы», чтобы видеть и понимать, и эти «органы» не совпадают с теми, которые даны нам природой» [2]. Речь идет об эстетических каналах восприятия мира. Все они обобщенно соотносятся с семантикой «видения»: «перспектива», «оптика», «поэтический мир», «эстетическая призма», «смысл» «художественного видения» (по М. Бахтину, «горизонты художественного видения», «художественное зрение»).

Характерная особенность культуры конца XIX – начала XX века – отсутствие единого художественного и научного вектора. Появляется необходимость в концептуально новом способе видеть. По мнению российского культуролога Н. В. Злыдневой, этот новый способ зрения может быть понят как «инсектный код» культуры. Он воплощает переживание самоотчуждения как характерной эмоции современного человека. Инсектный код повлиял на минимализацию человеческой телесности. В архитектуре, живописи и литературе изменилось восприятие пространства, в частности произошло сближение разноудаленных масштабов, стирание граней между мелким и крупным, ничтожным и великим, единым и множественным. «Происходит размывание всех стабильных эстетических категорий, ломка границ эстетического; осуществляется отказ от эстетических табу» [5, с. 197].

Различные инсектные образы наполняют поэзию и прозу XX века (пауки символистов, бабочки Набокова, пчелы Мандельштама, тараканы Булгакова и Олейникова). Они обладают как негативной семантикой (ассоциации с болезнью, мусором, ничтожным существованием, войной), так и позитивной (чаще всего она связана с образом мухи и пчелы).

Как отмечает И. А. Муратова, «телесность эпохи постмодернизма утрачивает не только принципы единства, гармонии, меры, упорядоченности, но и начинает испытывать на себе проблему цельности, кризиса идентичности» [3, с. 145]. В поисках самоидентичности художники постмодернизма актуализируют инсектную образность.

Так, роман «Жизнь насекомых» В. Пелевина синтезирует свойства насекомых с антропологическими образами героев. Единая плоскость, которую формирует образность главных героев и насекомых, часто исключает возможность зафиксировать переход из одной формы в другую.

Все герои принадлежат к самому ничтожному «звену пищевой цепи». Однако даже на этом низком уровне присутствует своя иерархия. Каждый

член «насекомого» общества знает свое место, пытается найти свой путь и обрести смысл жизни. За аллегориями узнаются яркие социальные типажи постсоветского общества.

Насекомые становятся конструктором новой художественной реальности, совмещающей в себе низкое и высокое: элитарное и массовое, духовное и физиологическое и т.д.

В эпоху постмодернизма утверждается особый философский концепт – ризома. В словаре это слово имеет следующее значение: «корневище, пучок, клубень». Самое главное отличие от древовидного корня – это полное отсутствие центра. А если нет центра, то нет и периферии, если нет главного элемента, то нет и второстепенных. Ризома – это способ нелинейного мышления, которое не может быть детерминировано единым метанарративом. Она образует не единство, а множественность, стремится децентрировать и различать. Французский философ-постструктуралист Ж.-Ф. Лиотар в книге «Состояние постмодерна» провозгласил «закат метанарраций» и «затмение истины», предполагая взамен мозаику локальностей, абсолютный плюрализм: множественность историй, истин, интерпретаций.

С позиций ризоматического мышления мы должны подходить и к особенностям художественного видения. Ризома задает принципиально новый тип художественного зрения – фасеточное зрение. Как и «ризома», «фасеточное зрение» – термин изначально биологический. Этот термин характеризует тип зрения большинства насекомых. Фасеточные глаза состоят из множества структурных элементов и имеют сложное строение. Изображение, воспринимаемое фасеточным типом зрения, выглядит мозаично: каждый элемент воспринимается одной структурной единицей глаза, вместе они воссоздают общую картинку. Инсектный код дал художественной культуре не только многообразие образов, но принципиально иную перспективу художественного зрения.

Словарь актуальных терминов и понятий «Поэтика» указывает на то, что реалистическому панорамно-историческому типу визуального в истории литературы противостоит модернистская и постмодернистская культура, для которой характерно «фасеточное зрение», визуально схватывающее реальность в нескольких аспектах [4].

Подобный подход мы можем наблюдать при создании художественных произведений в технике коллажа. Художники, литераторы и музыканты пытались соединять в одном произведении разнородные элементы.

Кинематограф как вид искусства образуется путем синтеза других видов искусства. Кроме того, в его визуальной части для добавления



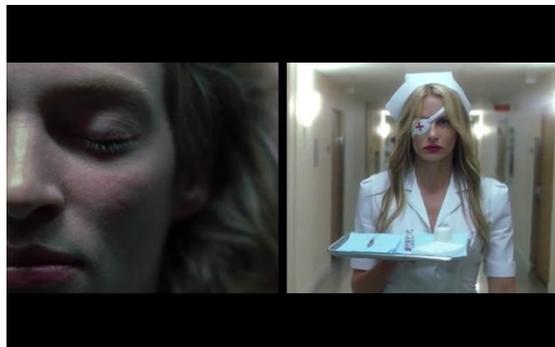
Пётр Галаджев Фотоколлаж  
«Теннисистка» 1924

контрастности сюжета и многоаспектности повествования, кинорежиссеры используют метод коллажа – создание видеоряда из небольших фрагментов, отрывков одного или нескольких фильмов.

Британский режиссер Питер Гринуэй применил этот прием, в частности, в фильме «Интимный дневник». Коллаж является популярным и у других режиссеров, например, у К. Тарантино.



П. Гринуэй. Фрагмент фильма «Интимный дневник»

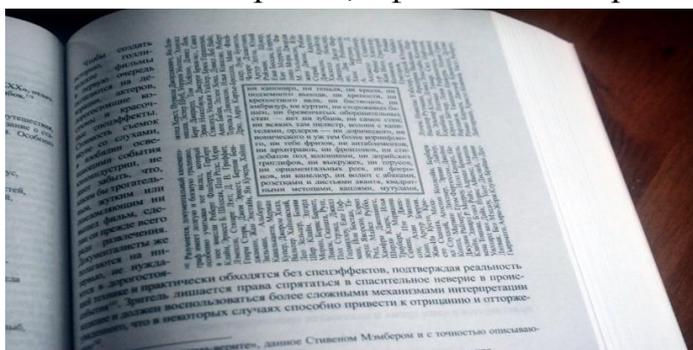


К.Тарантино. Фрагмент фильма «Убить Билла»

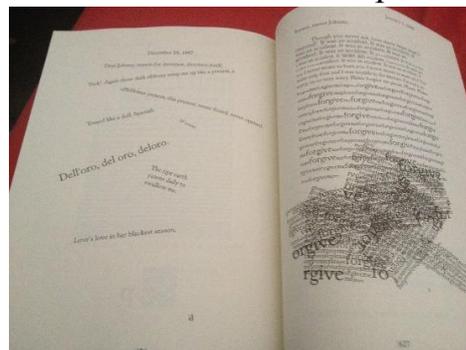
На рубеже XX-XXI веков в западной литературе так называемого метамодернизма прием коллажа обретает новую актуальность. Яркий пример произведения с мозаичной структурой – «Бесконечная шутка» Д.Ф. Уоллеса. Автор сознательно нарушает структуру, деление на главы происходит в неожиданных местах, что создает эффект непредсказуемого результата. Повествование имеет многомерный, нелинейный характер. Часто используется избыточная подробность описания, не несущая сюжетной ценности. Истории персонажей фрагментарно чередуются друг с другом. Книгу можно читать с любого места, в любом порядке, но окончательное впечатление, как мозаика, складывается только после полного прочтения.

Писатель Марк Данилевский переосмысливает идеи коллажа и деконструкции, преобразуя их: реконструируя, играя со шрифтами, формами строк, «окнами» на страницах. При этом в произведении «Дом листьев» изменение форм строк несет за собой смысловую нагрузку. Например, для того, чтобы передать безумие героя, меняется шрифт, строки путаются, наползают друг на друга.

Таким образом, фасеточное зрение, заданное концептом ризомы,



М. Данилевский. Фрагмент книги «Дом листьев»



М. Данилевский. Фрагмент книги «Дом листьев»

становится доминантой современного художественного видения. Фасеточное зрение порождает новые художественные формы, в первую очередь – пастиш, коллаж и производные от них: фотоколлаж, видеоколлаж, музыкальный коллаж и другие. В целом мы можем говорить о том, что утрата культурой постмодерна единого авторитетного основания порождает и особый взгляд человека на самого себя. И этот взгляд одновременно минималистичен и всеобъемлющ.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Злыднева, Н. Инсектный код русской культуры XX века / Злыднева Н. // Абсурд и вокруг / под ред. О. Бурениной. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 241- 259.
2. Мамардашвили, М. Лекции о Прусте / М. Мамардашвили. – М.: Ad Marginem, 1995. – 273 с.
3. Муратова, И. А. Телесность как доминанта культуры постмодерна / И. А. Муратова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 1. – С. 143–146.
4. Поэтика: слов. актуал. терминов и понятий / под ред. Н.Д. Тамарченко. – М.: Издательство Кулагиной Intrada, 2008. – 358 с.
5. Скоропанова, И. С. Русская постмодернистская литература: Учеб. пособие, 3-е изд., испр. и доп. / И.С. Скоропанова. – М.: Флинта, Наука, 2001. – 608 с.
6. Хайдеггер, М. Время и бытие: Статьи и выступления / М. Хайдеггер; пер. с нем. под ред. В.В. Бибихина. – М.: Республика, 1993. – 447 с.
7. Хаустов, Д. С. Лекции по философии постмодерна / Д. С. Хаустов. – М.: РИПОЛ классик, 2018. – 288 с.

*Донецкий национальный университет*

*Кравченко Оксана Анатольевна, доктор филологических наук, доцент,*

*зав. кафедрой мировой и отечественной культуры*

*E-mail: 1234oksna@bk.ru*

*Бондренко Станислав Викторович, бакалавр, направление подготовки «Культурология»*

## БОРЬБА ЗА ТЕЛЕСНОСТЬ НА МОДНОМ РЫНКЕ XXI ВЕКА

**Кондакова Ю. В.**

*кандидат филологических наук, доцент*

*Уральский государственный архитектурно-художественный университет*

*Екатеринбург, Россия*

*E-mail: jkondakova@yandex.ru*

**Шалотонова А. С.**

*Уральский государственный архитектурно-художественный университет*

*Екатеринбург, Россия*

*E-mail: shalotonova@yandex.ru*

В статье анализируются актуальные проблемы, имеющие место в современном медиапространстве и относящиеся к сфере моды. Рассматриваются противоречия между точкой зрения СМИ на процессы, происходящие в моде, и прогрессивным молодым поколением потребителей. Процесс демократизации рынка рассмотрен на конкретных примерах рекламных кампаний. Поведение потребителей исследовано посредством подведения итогов социальных опросов, также анализируется поведение потребительской аудитории в медиапространстве. Сделаны выводы относительно установившихся в обществе взглядов на телесность.

**Ключевые слова:** медиа, мода, потребитель, телесность, тренд

### WAR FOR PHYSICALITY ON THE FASHION VMARKET OF THE XXI CENTURY

*Kondakova J.V., Shalotonova A.S.*

The article analyzes current problems that occur in the modern media space and relate to the field of fashion. The article considers the contradictions between the media point of view on the processes occurring in fashion and the progressive young generation of consumers. The process of democratization of the market is considered with specific examples of advertising campaigns. Consumer behavior is investigated by summing up social surveys, and the behavior of the consumer audience in the media space is also analyzed. Conclusions are made regarding the established in society views on physicality.

**Keywords:** media, fashion, consumer, physicality, trend

Мы живём во время противоречий поколений на модном рынке и можем наблюдать обоюдный процесс давления одной силы на другую: с одной стороны – модных домов, стремящихся управлять желаниями потребителей, с другой – молодого поколения миллениалов, диктующего новые правила. Характерно, что их влияние становится всё заметнее в медиапространстве. Следует отметить, что руководство новыми коллекциями и рекламными кампаниями отдано не арт-директору, а команде маркетологов, стремящейся угодить клиентам. Это обусловлено тем, что целевая аудитория становится моложе и требует от компаний этичности, толерантности, уважения к потребителю. Любая сомнительная рекламная кампания вызывает взрыв гнева среди пользователей сети Интернет. За последние несколько лет различные бренды успели оказаться в эпицентре

скандалов, связанных с оскорблением ЛГБТ-сообществ, расизмом, сексизмом, фэт-шеймингом и другими видами дискриминации.

Привычка к тоталитарному давлению со стороны компаний уходит корнями в историю XX-го века. С момента, когда эталоном красоты в шестидесятые годы прошлого века становится модель Твигги, имеющая подростковые параметры, так или иначе в моде сохранялся культ стройного тела. Интересно, что архетип девочки-подростка, лицом которого стала Твигги, был буквально сконструирован модельерами, стилистами, фотографами. Все они были обеспокоены утратой женственности в образах девушек поколения начала шестидесятых. Модницы делали короткие стрижки, носили костюмы и обувь на плоской подошве, курили и держали себя не менее раскованно, чем юноши. Благодаря объединённым усилиям профессионалов модной отрасли появился феномен «супермодели». Теперь эти девушки мелькали на обложках журналов и рекламных плакатах вместо прославленных звёзд кино. Твигги, Верушка, Джин Шримптон, Пенелопа Три – все они транслировали образ хрупкой, инфантильной девочки-принцессы [8]. Примечательно, что над образом Джин Шримптон работал классик модной фотографии Дэвид Бейли. Именно благодаря его видению Джин Шримптон стала символом свингующей столицы Англии. В связи с трансляцией этими девушками профессионально сконструированного образа, улицы крупных городов заполнились до изнеможения худой молодёжью [9]. В обществе укоренилась идея обладания худым телом как символом красоты и значимости: быть красивым – значило быть любимым, но не полным. Нюансы изменялись с годами, но общая форма приветствуемой телесности оставалась неизменной.

В семидесятые годы мир захлёстывает волна любви к физическим упражнениям: благодаря видеокассетам Джейн Фонда *любой человек мог выполнять комплекс упражнений, не выходя из дома. Таким образом, в моду входит образ подтянутого и накачанного тела.* Киноиндустрия также транслирует образ физически привлекательного героя как положительного и достойного подражания. Такие фильмы, как «Рокки» (1976), «Пьяный мастер» (1978), «Змея в тени орла» (1978), «Парень-каратист» (1984), «Нокдаун» (2005) и множество других рассказывают истории успеха людей, которые добивались мечты, совершенствуясь физически, воспитывая в себе стойкость и силу духа. Умение героя или героини формировать, отшлифовывать, укреплять и контролировать своё тело есть метафора стремления к успеху [3, С.89]. И напротив, отход от контроля означал жизненное фиаско: «Мы живём в обществе, где быть толстым, то же самое, что быть плохим человеком» [7]. Сам факт психологической взаимосвязи между состоянием тела и личностными характеристиками подтверждается трактовкой некоторых исследователей наличия избыточного веса как отражения моральной или личностной неадекватности или отсутствия воли [14, с. 334-335, 353].

Говоря об этом, важно подчеркнуть, что мы имеем дело с возникновением никогда доселе не существовавшей модной тенденции: развитая мускулатура в западной культуре всегда, так или иначе, ассоциировалась с тяжёлым физическим трудом и животным началом в человеке. В культуре этот стереотип зафиксирован в фильме «Трамвай Желание» (1951), где герой Марлона Брандо Стэнли Ковальски – физически совершенный, но при этом эмоционально не развитый и склонный к рукоприкладству [3, с. 88]. В конце шестидесятых доктор Кеннет Купер начал пропагандировать аэробику в качестве системы упражнений в целях коррекции фигуры [11]. Но настоящую популярность аэробика приобрела благодаря вышеупомянутой Джейн Фонда. Несмотря на то, что когда ей предложили записать первый видеоурок в благотворительных целях, даже она сама не верила в успех, но достаточно быстро кассеты с записями ее занятий стали продаваться миллионами. Несомненно, что успех сложился из витающей в воздухе потребности общества в новой телесной моде и популярности Джейн Фонда как актрисы [4].

Девяностые подарили обществу сексуальную свободу, раскрепощённость, возможность одеваться во что угодно и очень смело обнажать тело. Эталоны телесности остались типовыми со времён семидесятых – физически развитые мужчины, женщины же, либо искусственно подогнанные под стандарт «Барби», либо последовательницы «героинового шика» - худые и бледные. Ни один из этих рекламных образцов не соотносится с реальной человеческой телесностью рядового потребителя, но до сих пор существует множество консервативных потребителей, с готовностью принимающих контент, наполненный сексуальной объективацией женского тела.

При исследовании модного рынка пристальное внимание следует обратить на сегмент нижнего белья, где ярче всего проявляет себя телесность. Можно обнаружить, что с 2001 года ежегодный показ «Victoria's Secret Fashion Show» транслируется по американскому телевидению, привлекая к экранам миллионы зрителей. Модели и супермодели, именуемые «ангелами» «Victoria's Secret» - девушки с идеальной, по меркам авторов шоу, фигурой. Определяются параметры тела, необходимые для кастинга: рост - не ниже 175см, объём талии - не более 61см, процент содержания жира в организме - не более 18 (при этом нормальное количество жира для здоровой подтянутой женщины, не занимающейся профессиональным спортом, согласно мнению медиков, - порядка 21-24%). Перед показом модели должны 4 месяца соблюдать низкоуглеводную диету и выполнять ежедневные физические упражнения. По мнению тренера моделей Дэна Робертса, соблюдение подобного плана дольше четырёх месяцев может быть опасно для здоровья (в связи с недостатком некоторых питательных веществ и дисбаланса нормальных кишечных бактерий). Характерно, что сами «ангелы» не превращают эту систему в образ жизни. Так, фитнес-блогер Поппи Кросс, которая взяла на себя смелость проведения на себе

эксперимента по достижению «ангельских» параметров, утверждает, что это тяжело ещё и психологически: времени на социальную и семейную жизнь практически не остаётся [13].

Как признаётся анонимная ретушер, ранее работавшая на бренд, даже такие «идеальные» тела подвергались значительной обработке. Из-за чрезмерной худобы моделей сквозь кожу часто проступали очертания костей, отчего модель не выглядела желанно и «аппетитно», поэтому ретушер вынужден наращивать объём некоторых частей тела. Значительная «ретушь» производится уже на съёмочной площадке: моделям в купальники докладывают моделирующие накладки, либо вовсе надевают под купальник корректирующее бельё, которое потом убирается в фоторедакторе [2]. Показательно, что потребителей, лояльных к подобному контенту, по-прежнему огромное количество, что выгодно корпорациям, продающим всё для похудения, спортивным центрам и женским журналам. В глянцевой печатной продукции каждый месяц потребительницам рассказывают множество способов сбросит лишние килограммы. Так, на сайте журнала «Vogue» по поисковому запросу «диета» нашлось 237 результатов за 10 лет, на сайте «Elle» - 1134 результата за 10 лет, на сайте «Cosmopolitan» - 400 результатов за полгода. То есть один из самых популярных женских журналов даёт советы о похудении в среднем 1-2 раза в день.

В начале XXI века прогрессивная часть общества начала демонстративно отвергать эталон, заданный СМИ. Именно поэтому с таким успехом прогремела на весь мир рекламная кампания косметической фирмы «Dove» «За реальную красоту» (Campaign For Real Beauty). Впервые крупный бренд не предъявил миру новое идеальное лицо, а обратил взгляд женщин на их собственную особенную красоту. Следует отметить, что год за годом «Dove» выпускает новые видеоролики и спецпроекты, продолжая агитировать женщин любить, в первую очередь, себя, а не рекламный плакат. Лицами проектов становятся женщины разных национальностей, возрастов, комплекций, особенностей тела. В видеороликах проводятся эксперименты с их собственным представлением о себе в сравнении с мнениями незнакомцев. Так, бренд «Dove» взял на себя социальную миссию нести в социальное и медийное пространство идею повышения самооценки женщин и девочек. Работа компании с молодым поколением – важная часть коммуникаций. Показательно, что на сайте бренда можно найти инструкции и материалы к урокам о важности адекватной оценки себя, о собственной красоте и других вещах [5]. В самом первом ролике, запустившем глобальную кампанию (речь идет о важном, с точки зрения подражания моделям, ролике «Evolution»), показывается фотомодель, над которой сначала трудятся визажисты и парикмахеры, а после съёмки пропорции её лица и тела дорабатываются в фоторедакторе. Посыл прост: даже очень красивые женщины недостаточно красивы для заказчиков рекламы, а значит, идеальных просто не существует. Значимость такого посыла можно проследить, анализируя результаты социального исследования,

опубликованного в «Глобальном Отчете Dove 2016 о Красоте и Уверенности в себе»: 7 из 10 (69%) женщин и 6 из 10 (65%) девочек считают, что СМИ устанавливают нереалистичный стандарт красоты, который недоступен большинству женщин [5].

С начала 2010-х в медиапространстве утвердился тренд на естественность: в социальных сетях стали популярны фотографии без использования корректирующих фильтров, что указало на реальную готовность потребителей отказаться от устаревшего подкорректированного идеала красоты. Показательно, что с каждым годом растёт число брендов, публично отказывающихся от использования фотошопа в рекламе, а также приглашающих для съёмок моделей plus-size (то есть возрастных, имеющих специфические особенности внешнего вида), а также обычных женщин, далёких от «идеала». В первую очередь, стоит отметить, что среди компаний, решившихся на это, множество фирм-производителей нижнего белья и купальников: «Aerie», «Target», «Modcloth», «Lonely» и другие. Следование данному тренду оправдано экономически: бренд «Aerie» объявил, что с момента выхода рекламной кампании без фотообработки количество продаж поднялось на 20% [1]. Продажи «Dove» выросли почти в два раза по сравнению с периодом до начала кампании «За реальную красоту», что ещё раз подчёркивает состоятельность презентуемой философии. В частности, *Нэнси Вонк* из креативной команды «Ogilvy Toronto» считает, что люди стали покупать «Dove» потому что им нравится философия бренда, а не «из-за каких-то особенных ингредиентов, например, в шампуне» [6].

Казалось бы, интернет-магазин и бренд «Asos» не стремился прославиться благодаря громким заявлениям об отказе от фотошопа. Однако в 2017 году пользователи заметили, что фотографии в разделе купальников и нижнего белья не подвергнуты даже минимальной обработке [1]. Говоря о своей философии, представители бренда отмечают, что дают возможность покупателям обрести свободу быть собой. Для этого для продажи предоставляются гендерно нейтральные коллекции, одежда более 30 размеров, а также специалисты «Asos» «работают согласно Правилам Хорошего Отношения к Моделям» и действительно не прибегают к обработке фото [15]. Также стоит отметить, что ранее упоминавшийся бренд «Victoria`s Secret» всё же не остаётся на обочине прогрессивного тренда на разный тип тела: в 2018 году в показе участвовала модель Винни Харлоу, известная своей внешностью с витилиго [10].

Индустрия моды под давлением общественных активистов вынуждена делать шаги навстречу реальному потребителю. В сентябре 2017 года главы корпораций «LVMH» и «Kering», владеющие большинством компаний рынка высокой моды, пришли к соглашению не приглашать к работе моделей, имеющих размер тела менее, чем XS (или 42-го русского) [12]. Ранее подобные инициативы имели место, но не приводили к заметным результатам. Однако теперь, когда львиная доля рынка, подчинённая этим

двум мегакорпорациям, будет играть по новым правилам, есть шанс, что новый стандарт приживётся.

В заключение можно сделать вывод, что рынок моды нацелен на демократизацию и лояльность к молодому поколению потребителей. С каждым годом бренды всё чаще делают ставки на реальных людей в рекламных кампаниях. Это значит, что человек получает больше телесной и психологической свободы при выборе одежды и образа жизни, с каждым годом эти границы будут расширяться.

## ЛИТЕРАТУРА

1. 10 брендов, которые не используют Фотошоп в рекламных кампаниях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marieclaire.ua/fashion/10-brendov-kotorye-ne-ispolzuyut-fotoshop-v-reklamnyh-kampaniyah/> (Дата обращения: 15.02.19)
2. Ангелов Victoria's Secret не существует: шокирующие признания ретушера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.cosmo.ru/beauty/star\\_beauty/angelov-victorias-secret-ne-sushchestvuet-shokiruyushchie-priznaniya-retushera/#part0](https://www.cosmo.ru/beauty/star_beauty/angelov-victorias-secret-ne-sushchestvuet-shokiruyushchie-priznaniya-retushera/#part0) (Дата обращения: 23.02.19)
3. Бордо С. Интерпретация стройного тела/ С.Бордо// Теория моды: одежда, тело, культура.- 2014.- №34.- С.81-105
4. Джейн Фонда: мама аэробики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.april-knows.ru/persona/dzheyn\\_fonda\\_mama\\_aerobiki/#q3263](http://www.april-knows.ru/persona/dzheyn_fonda_mama_aerobiki/#q3263) (Дата обращения: 23.02.19)
5. Добро пожаловать в мир Dove [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dove.com/ru/home.html> (Дата обращения: 23.02.19)
6. Кейсы лучших кампаний: Dove “Campaign for Real Beauty” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://popsop.ru/66690> (Дата обращения: 23.02.19)
7. Келли Джин Дринкуотер: Хватит бояться лишнего веса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=KWN5c8n6f4> (Дата обращения: 6.03.18)
8. Клинг Д.О. Леди и девчонки/ Д.О.Клинг// История моды: 1960-е. Мода как современное искусство.- 2016.- №20.- С.41
9. Клинг Д.О. Озорные принцессы/ Д.О.Клинг// История моды: 1960-е. Мода как современное искусство.- 2016.- №20.- С.41
10. Клинг Д.О. Свои особенности/ Д.О.Клинг// История моды: мир моды в XXI веке.- 2019.- №130.- С.41
11. Клинг Д.О. Спортивное бельё/ Д.О.Клинг// История моды: Неглиже: интимный арсенал нижней одежды в XIX-XX веках.- 2018.- №89.- С.47
12. Культ слишком худых моделей ослабевает [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2018/03/14/753536-hudih-modelei> (Дата обращения: 15.02.19)
13. Four month hell becoming Victoria`s secret model [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bodyrock.tv/four-month-hell-becoming-victorias-secret-model/> (Дата обращения: 23.02.19)
14. Walden K. The Road to Fat City: An Interpretation of the Development of Weight Consciousness in Western Society / Walden K.// Historical Reflections.- 1985.- № 3.- С.73
15. Who we are [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.asos.com/ru/about/who-we-are/?ctaref=aboutus|howeare> (Дата обращения: 23.02.19)

*Уральский государственный архитектурно-художественный университет  
Кондакова Юлия Васильевна, кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры  
социальных и гуманитарных наук  
E-mail: jkondakova@yandex.ru  
Шалотонова Анастасия Сергеевна, магистр  
Екатеринбург, Россия  
shalotonova@yandex.ru*

## КОРПОРАТИВНЫЕ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КАК СРЕДСТВО АКЦЕНТУАЦИИ ОБРАЗА ЖИЗНИ

**Каика Н. Е.**

*кандидат филологических наук, доцент  
Донецкий национальный университет  
Донецк*

*E-mail: natalyakaika@mail.ru*

**Моисеенко В. А.**

*Донецкий национальный университет  
Донецк*

*E-mail: vikav96@gmail.com*

В статье рассматриваются корпоративные визуализации и способы их репрезентации в смыловом пространстве современной культуры. Корпоративные визуализации охарактеризованы как средство акцентуации образа жизни.

Подчеркивается, что транслируемые корпоративными визуализациями культурные смыслы, с одной стороны, отражают тенденции современной культуры, а с другой стороны, задают векторы ее развития.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, корпоративные визуализации, образ жизни, культурные смыслы.

### CORPORATE VISUALIZATION AS A MEANS OF ACCENTUATING LIFESTYLE

*Kaika N. Ye., Moiseenko V. A.*

The article deals with corporate visualizations and ways of their representation in the semantic space of modern culture. Corporate visualizations have been characterized as a means of accentuating lifestyles. It is emphasized that cultural senses transmitted by corporate visualizations, on the one hand, reflect the trends of modern culture, and on the other hand, define the vectors of its development.

**Keywords:** corporate culture, corporate visualization, lifestyle, cultural senses.

*Введение.* Визуализация тесно связана с тенденциями развития культуры. Восприятие мира меняется – от словесного к визуальному. Этим объясняется перенасыщение видимого пространства образами, организующими окружающий мир. Пространство выступает в значительной мере как результат визуализации ученых, художников, архитекторов, политиков и т.д., являя целостную картину мира, рождаемую конкретной культурно-исторической эпохой и носителями ее ценностей.

*Актуальность исследования.* В поле культурологических исследований проблемы корпоративной культуры остаются малоизученными. С позиций культурологии как науки «этот новый феномен требует осмысления и разработки концептуальной базы и метаязыка описания в рамках отечественной традиции», - подчеркивает Т. Н. Персикова [2, с. 4]. Практически отсутствуют научные труды, посвященные изучению корпоративных визуализаций и способов их репрезентации в смыловом

пространстве современной культуры, что обуславливает актуальность данного исследования.

*Цель исследования* – проанализировать корпоративные визуализации как средство акцентуации образа жизни.



Рис. 1

Внедряя в сознание определенные ценности, корпоративная культура пропагандирует определенный образ жизни. Так, компания *Reebok* в своем рекламном ролике (рис.1) визуализирует здоровый образ жизни: волейбольная сетка натягивается между двумя обычными столбами, булыжник становится «мячом», болото — бассейном, разъяренный бык — «тренером» и т. д. Думается, что эта хорошая идея еще долго останется

плодотворной для новых рекламных посланий.

В корпоративной философии компании *Johnson & Johnson* люди, независимо от возраста, пола, опыта и стажа, – главная ценность. Компания в рекламных и PR-визуализациях подчеркивает равные возможности для развития и реализации идей и амбиций каждого. Принятие разных людей, взглядов, идей означает формирование чувства принадлежности, чувства, что сотрудников ценят, их идеи принимают, а все вместе они создают лучшее будущее, в котором каждый живет здоровой и счастливой жизнью.

Корпоративные визуализации всемирно известной марки итальянского вермута *Martini* ярко представлены в серии рекламных роликов с Джорджем



Рис. 2

Клуни «No Martini – No party». Лазурный берег, яхты, вечеринки – все демонстрирует богемный образ жизни (рис.2). Шарон Стоун и Наоми Кемпбел, которые сделали Мартини одним из самых узнаваемых и элитных спиртных напитков в мире, создали для него имидж предмета роскоши. Также светский образ, статусность, престиж транслируют корпоративные визуализации зажигалки *Zippo* (рис.3). Зажигалки *Zippo* часто являются предметами коллекционирования, а их модельный ряд представляет собой тысячи разновидностей, производимых компанией с 1933 года и отличающихся металлом, способом его обработки, оформлением и наносимыми

рисунками. За годы своего существования зажигалка *Zippo* приобрела культовый статус и сейчас для многих является символом американского качества и надёжности.

Шоколад «королевского» бренда *Godiva* – это настоящий бельгийский шоколад, качество которого основано на девятистолетнем опыте создания элитного шоколада и сочетает традиционные подходы и новаторские технологии для привнесения в повседневную жизнь моментов истинного наслаждения. В легенде о леди Годива реальность настолько переплелась с

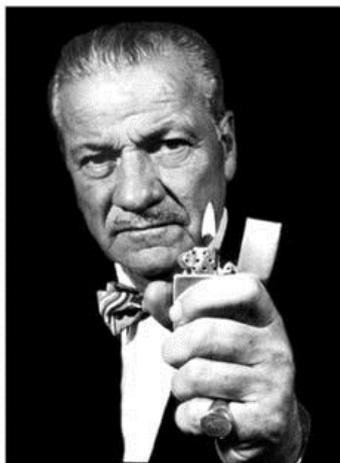


Рис. 3.

художественным вымыслом, что разделить их сегодня практически невозможно. Спустя столетия даже имя главной героини претерпело некоторые изменения. На самом деле жену Леофрика звали *Godgifu*, что означает «подарок Господа». Леди Годива стала даром для своего народа, а названный в ее честь шоколад продолжает выполнять эту миссию и по сей день на всех континентах. *Godiva* создан для тех, кто ценит жизнь и любит дарить себе и своим близким самое лучшее. Философия *Godiva* – дарить неповторимый опыт и радостные эмоции, которые делают жизнь восхитительной.

В 1999 г. к рекламе Chanel № 5 была привлечена канадская модель и актриса Эстелла Уоррен (*Estella Warren*). Известный французский режиссер Люк Бессон (*Luc Besson*) снял ролик с ее участием, который представлял собой современную интерпретацию небезызвестной «Красной Шапочки». Героиня ролика (Уоррен) проникала сквозь охрану парижского музея (в том числе и волков), чтобы воспользоваться несколькими каплями *Chanel №5*. Разумеется, знаменитый аромат помог Шапочке выпутаться из сложной ситуации. Образ, созданный канадской красавицей, был воспринят европейцами лучше, чем можно было ожидать: сказочность, мистика, тайна, женственность, гламур – все, что было положено в основу образа, без труда декодировалось целевой аудиторией.



Рис. 4

Корпоративная культура компаний также апеллирует к такому образу жизни, который предполагает стремление к образованию, творчеству, эстетическому восприятию действительности. Так, компания мороженого ручной работы *Habib's* представила рекламу, где мороженое выступило настоящим произведением искусства. На дизайнерских плакатах компании, сладкий десерт в трех основных вкусах был представлен в форме всемирно известных скульптур – греческой богини Артемиды, «Мыслителя» Родена и фигуры с острова Пасхи.

Визуальные репрезентации данных идей мы можем видеть в рекламной кампании «Max Factor. Советуют профессионалы» (рис.4). История бренда *Max Factor* уже около века. А

начало этой величественной косметической империи положил простой юноша, одним своим упорством пробивший себе путь «от имени — к бренду». Макс Фактор искренне верил, что любая девушка может выглядеть роскошно, ей лишь нужна хорошая косметика. Именно такую косметику, натуральную, удобную в использовании и доступную всем, подарил миру этот уникальный талантливый человек, оставив нам своего рода завещание: «Роскошными женщинами не рождаются. Роскошные женщины создают себя сами» [1].

Корпоративные визуализации компания *LEGO* акцентируют эстетику повседневности. Компания создала выставку «Искусство ЛЕГО» (*the Art of the Brick*). Популярность выставки у посетителей самых разных возрастов связана с неожиданным сочетанием развлечения и искусства, а также с оригинальностью, экспрессивностью и смысловой глубиной экспонатов. Так, юные зрители открывают для себя высокое искусство через знакомую и любимую игрушку, а взрослые поражаются тому, насколько сложен, красив и совершенен может быть мир из кубиков ЛЕГО.

Выставка состоит из 85 масштабных произведений искусства, среди которых любимые персонажи кино, герои мультфильмов, всемирно известные статуи и портреты знаменитых людей. Вся выставка разделена на несколько тематических залов, среди которых «Студия художника», «Мастера прошлого», «Портретная галерея», «Динозавриум». Автор выставки Натан Савайя перевернул представление о ЛЕГО исключительно как об игрушке, используя кубики при создании своих произведений. Глубокий смысл, экспрессивность художественного почерка, эмоциональная и нравственная позиция художника будут понятны и интересны любому посетителю. Кубик ЛЕГО – это мостик, соединяющий великое искусство и поп-культуру и формирующий игровое восприятие современного искусства у детей и взрослых.



Рис. 5

себя счастливыми [3]. Примеры таких визуальных решений можем наблюдать в рекламной кампании «Sprite, жажда подскажет», рекламе «Snickers. Умножь энергию!» (рис.5) и др.

Акцентуацию гедонистического образа жизни можем наблюдать в рекламном ролике «Bounty. Райское наслаждение», демонстрирующем

тропический остров (чаще всего тайландский Самуи), где жизнь полна удовольствий, течет легко, безмятежно, и люди счастливы.

*Заключение.* Корпоративные визуализации способствуют формированию образа жизни: здорового, богемного /светского, творческого, динамичного, гедонистического и пр., направляют адресата в своём развитии, в выборе своего образа жизни, в формировании культурного самосознания, что может оказывать на личность как позитивное, так и негативное влияние. Транслируемые корпоративными визуализациями культурные смыслы, с одной стороны, отражают тенденции современной культуры, а с другой стороны, задают векторы ее развития.

## ЛИТЕРАТУРА

1. История успеха Max Factor [Электронный ресурс] // Officeplankton. URL.: <https://www.officeplankton.com.ua/int/istoriya-uspeha-max-factor.html>

2. Персикова Т. Н. Феномен корпоративной культуры в современной России (сопоставительный анализ корпоративных культур в российских и иностранных организациях): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. культурологии: спец. 24.00.01 – «Теория и история культуры / Т. Н. Персикова; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. - Москва, 2007. – 20 с.

3. Сафарян А. В.. Стили жизни молодежи как целевой аудитории телевидения : автореферат дис. ... кандидата социологических наук : 22.00.04 / А. В. Сафарян; Моск. гуманитар. ун-т. - Москва, 2008. - 152 с.

*Донецкий национальный университет*

*Каика Наталья Евгеньевна*

*кандидат филологических наук, доцент,*

*доцент кафедры мировой и отечественной культуры*

*E-mail: natalyakaika@mail.ru*

*Моисеенко Виктория Аркадиевна,*

*магистрант, направление подготовки «Культурология»*

*E-mail: vikav96@gmail.com*

## АНСАМБЛЕВЫЙ ПРИНЦИП В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА ДОНЕЦКА

**Кравченко О. А.**

*доктор филологических наук, доцент  
Донецкий национальный университет  
Донецк*

*E-mail: 1234oksna@bk.ru*

**Гриценко В. А.**

*Донецкий национальный университет  
Донецк*

*E-mail: lera.rajmer.96@bk.ru*

Статья посвящена теоретическому осмыслению специфики городского синтеза в пространственной семиотике Донецка. Исходя из предложенной М. Каганом модели города как ансамбля, проанализированы следующие пространственные модели: улица/площадь – парк/сад – набережная/река – заводы/шахты. Сделан вывод о том, что каждый элемент городского несет в себе функциональное, историческое и эстетическое наполнения.

**Ключевые слова:** ансамбль, город, Донецк, семиотика, пространство.

### ENSEMBLE PRINCIPLE IN FORMING THE CULTURAL SPACE OF DONETSK CITY

*Kravchenko O. A., Gritsenko V. A.*

The article is devoted to theoretical understanding of the specifics of urban synthesis in the spatial semiotics of Donetsk. Based on the model of the city as an ensemble proposed by M. Kagan, the following spatial models were analyzed: street / square – park / garden – embankment / river – plants / mines. It is concluded that each element of the city carries a functional, historical and aesthetic content.

**Keywords:** ensemble, city, Donetsk, semiotics, space.

Город как культурный феномен предполагает в своем изучении установку на взаимодействие всех составляющих его компонентов. Этот синтез заложен в первую очередь в архитектурном и – шире – в пространственном облике городов. Выявить логику взаимодействия всех элементов, образующих неповторимый культурно-эстетический ландшафт Донецка, представляется нам одной из актуальных задач изучения особенностей региональной культуры, а также современной урбанистики. В этом ключе выполнен ряд современных исследований, среди которых следует назвать монографию Л. А. Штомпель и О. Е. Бaeовой «Культура Южно-российского города: путешествие во времени и пространстве (на примере Ростова-на-Дону)» [9], диссертацию Ю. В. Черкасовой «Архитектурный образ города в культурно-историческом контексте» [8], Н. В. Гришанина «Текст, символ, миф в семиотическом анализе городской культуры» [2] и другие.

Как было подчеркнуто Г. Орловым и К. Держинским в книге «Советская архитектура. Творческие проблемы», «главная особенность градостроительства заключается в том, что все строительные и реконструктивные работы в масштабе города проводятся по единому плану и архитектурному замыслу» [5, с. 22]. Причем, этот план предопределяет не только функционирование городского организма, но и формирование духовно-эстетического облика города. Это положение важно для нас тем, что оно нацеливает исследование на объединение функционализма и эстетики, которое мы предполагаем рассмотреть в культурном пространстве Донецка.

Также следует отметить, что актуальность нашей статьи обусловлена фокусированием внимания не на городе вообще, а на конкретном городе с его исторической, нравственной, социальной и индустриальной спецификой. Подобная направленность была проявлена в диссертациях, посвященных таким городам, как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Комсомольск-на-Амуре [см.: 4, 7, 6]. Однако, к примеру, Е. А. Гайворонский в работе «Региональные особенности формирования и развития архитектуры Донбасса» отмечает, что «несмотря на значительное количество научных трудов по региональной проблематике в архитектуре, ни одна из содержащихся в них концепций и методик не может быть в полной мере применена в специфических условиях Донбасса» [1, с. 2]. Мы полагаем, что подобная ситуация характерна не только для теории градостроительства, но и для теории культуры, эстетики, семиотики.

Исходя из этого, цель нашего исследования мы видим в том, чтобы теоретически осмыслить специфику городского синтеза в пространственной семиотике Донецка.

Методологической основой нашего исследования является концепция М. С. Кагана, обосновывающего на примере Петербурга семиотическую модель города как пластического ансамбля, включающего в себя центр, окраины и пригороды, создающего представление о «расширяющейся вселенной». В монографии «Град Петров в истории русской культуры» [3] исследователь усматривает взаимосвязь четырех главных семиотических подсистем: улица – площадь – парк (сад, сквер) – река/канал.

Адаптируя указанный подход к специфике Донецка, мы предполагаем рассмотреть такую модификацию предложенной М. С. Каганом модели: улица/площадь – парк/сад – набережная/река – заводы/шахты.

Анализируя особенности застройки улиц Петербурга, М. С. Каган отмечает, что они «прямые и ровные, со сплошной застройкой пластически уравновешенными домами; почти каждый по-своему красив и выразителен, но не хочет “перекричать” соседей, а стремится слиться с ними в единую шеренгу разных и равных участников общего пластически-пространственного действия» [3, с. 322]. Площадь же в свою очередь выступает своеобразным завершением улиц, она создает специфический петербургский простор, сопрягающий архитектуру с открытостью равнинного пространства. Эта пространственная идея – соединение прямой

линии улиц с мягкой, округлой формой площадей – сохранилась и стала устойчивым пластическим мотивом в городской планировке Петербурга. Подобным образом организованный ансамбль задает характерный для Петербурга ритм жизни, установку на взаимодействие его обитателей в «предустановленной гармонии» города. В семиотических знаках города кодируется восприятие и понимание человеком окружающей его среды, осуществляется придание ему определенных смыслов, организуется различное индивидуальное пространство в его соотношении с общим пространством города.

Донецк, планировка которого закладывалась полтора века назад, отчасти соотносим с пространственными законами Петербурга. Для Донца характерна геометрическая строгость планировки – улицы параллельны и перпендикулярны относительно друг друга.

При этом мы считаем, что ансамблевый принцип в организации культурного пространства города не может ограничиваться собственно архитектурно-геометрическими компонентами. В пространственный ансамбль органично включаются те составляющие, которые несут в себе «характер» города, его настроение. Для Донца это особенно важно, поскольку его топография пронизана духовными импульсами. К примеру, главные улицы города в своих названиях сохраняют память о героической истории края.

Центральная улица города названа в честь Артема – Ф. А. Сергеева, активного участника революционных событий на Донбассе, инициатора создания в 1918 году Донецко-Криворожской республики. Улица Артема, берущая свое начало от металлургического завода и заканчивающаяся железнодорожным вокзалом, является своеобразной городской осью, с которой сопряжены другие улицы и площади Донца. Главная среди них – площадь Ленина. Именно она является сердцем всего города, центром которого выступает не культовое сооружение (собор, как в европейских городах), а монументальная скульптура, запечатлевающая масштаб идеологических устремлений. Сохранение в городском пространстве пульса истории предопределяет дух патриотизма, уважительное отношение к прошлому.

Таким образом, семиотика Донца, отраженная как в организации пространства, так и в его ономастике, задает духовные векторы развития общества, определяет ценностные ориентации и приоритеты, аккумулирующие дух города.

Следующим компонентом городского пространственного ансамбля в системе М. С. Кагана предстает садово-парковый локус. Петербург не принадлежит к числу самых зеленых городов мира. Однако для его специфического облика важно не количество зелени, а характер включения растительности в общую композицию. Сад, парк, сквер выступают своего рода «зеленой архитектурой», которая гармонизирует городское

пространство уже не на уровне его застройки, а в смысле сопряжения цивилизационного и природного начал.

Проводя параллели с Донецком, стоит отметить, что зеленые зоны садов и парков, скверов, набережных доминируют в ландшафте города. Знаковым объединением искусственного и естественного является Донецкий Ботанический сад – рукотворная зеленая сокровищница промышленного региона. Как отдельный пейзажный комплекс в границах Донецка сад выполняет, наряду с утилитарной и эстетически-упорядочивающей, очистительную, релаксационно-оздоровительную и развлекательно-познавательную функции.

Помимо модели природного парка, также стоит сказать о парке-музее под открытым небом, каковым выступает уникальный донецкий Парк кованых фигур. По своей генеалогии Донецк – «железный» город, город кузнецов. История Донецка неразрывно связана с металлом, углем, огнем. На аллеях парка кованых фигур явлена художественная форма выражения этого единства, поэзия огня и металла. Донецк – город с глубокими кузнечными традициями. Развивая их, современные донецкие кузнецы ежегодно украшают своими произведениями улицы, парки, скверы, создавая этим особую атмосферу города огня и металла.

Не менее важную роль в создании городского ансамбля как Петербурга, так и Донецка играют реки и каналы. В пространстве Петербурга берега главной реки города Невы равновысоки, что создает особые условия для застройки местности: правобережье и левобережье уравниваются и прочно объединяются друг с другом мостами. М. С. Каган пограничную роль реки в контексте городского пространства описывает так: «При осуществлении принципа единения природы и искусства, обусловливавшего композицию петербургских садов и парков, водные потоки обрамлялись гранитно-чугунными набережными, связывавшими их с возвышавшимися по берегам домами; река оказывалась “ограненной” силою искусства, а набережная превращалась в улицу с односторонней застройкой» [3, с. 331]. Таким образом, река объединяет в себе природное и культурное начала, воплощает идею городской динамики.

Сходную роль играет центральная река Донецка – Кальмиус – главный рекреационно-парковый элемент города. Она выполняет как прогулочную, так и транспортно-связующую функции. Смысловое наполнение пространства прибрежных территорий придают Кальмиусу уже не только промышленное значение (как в годы развития металлургической индустрии), но и роль городского пляжа, места прогулок и активного отдыха.

Указанные подсистемы в городском пространстве Донецка дополняют друг друга, реализуя принцип единства в многообразии, соединяя природное и человеческое, географическое и эстетическое начала в неповторимом ансамбле.

Развивая предложенную М. С. Каганом методологию, мы предлагаем не только усилить пространственные факторы духовными константами, но и

усложнить систему еще одним элементом, свойственным исключительно Донецку. Это заводы и шахты, благодаря которым возник город и осуществлялась его планировка.

Исторически обусловлено, что в непосредственной близости от реки и залежей полезных ископаемых располагаются обеспечивающие их освоение и переработку территориально-производственные комплексы. В таких местах возникают новые города и увеличиваются существующие. Так, в 1866 году русский инженер А. Мевкус обосновал целесообразность постройки «железодельного завода» на правом берегу реки Кальмиус недалеко от слободы Александровка. Для этого здесь было все необходимое: в землях верховья реки Кальмиус – уголь, недалеко, в районе Каракуба (современный город Комсомольск Старобешевского района) – железная руда, близ села Еленовка – камень известняк, рядом – речная вода. Все это послужило основой для формирования нынешнего Донецка. Вокруг завода выстраивались многочисленные здания (рабочих барачных, школы, гостиницы и др.), некоторые из которых сохранились до настоящего дня.

Важную часть городского пространства Донецка составляют шахты. Несмотря на агрессивное воздействие на экологию, шахты вписаны в городское пространство достаточно органично. Терриконы, являющиеся результатом работы шахт, придают городу свою специфику, формируя фольклорный пласт городской культуры. Так, например, в самом сердце Красногвардейского района возвышается террикон, напоминающий своими очертаниями коровий лоб. Существует рассказ, повествующий о том, что в горе сидит добрая корова бабушки Шубина (персонаж горняцкого фольклора). Но также распространена и другая народнопоэтическая версия: черт хотел выйти из-под земли, однако, увидев солнце, застыл и окаменел. Это дает основание говорить, что промышленная подсистема Донецка не только формирует экономический портрет региона, но и включается в семиотическую динамику культурной жизни.

Подводя итог, отметим, что каждая из подсистем городского ансамбля осуществляет собственные функции в целостном пространстве культуры. Они взаимодействуют, накладываются друг на друга и синтезируются. Мы можем сделать вывод: архитектурное оформление улиц и символизм их названий говорит о высоком духе патриотизма и пиететном отношении к прошлому, садово-парковая культура и река являются источником жизненных сил, а заводы и шахты создают неповторимый облик промышленного города и его мифологии. Таким образом, каждый элемент несет в себе функциональное, историческое и эстетическое наполнение. Ансамблевый принцип осмысления пространства Донецка позволяет понять город как уникальное явление культуры.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гайворонский Е. А. Региональные особенности формирования и развития архитектуры зданий и сооружений в городах Донбасса: дисс. на соиск. науч. степ. докт. архт. (05.23.21) / Е. А. Гайворонский - М., 2017. – 407 с.
2. Гришанин Н. В. Текст, символ, миф в семиотическом анализе городской культуры: диссертация ... канд. культурологии. СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та культуры и искусств, 2007. [Электронный ресурс] [http:// www.dissercat.com/content/tekst-simvol-mif-v-semioticheskom-analize-gorodskoi-kultury](http://www.dissercat.com/content/tekst-simvol-mif-v-semioticheskom-analize-gorodskoi-kultury)
3. Каган М. С. Град Петров в истории русской культуры : учебное пособие для вузов / М. С. Каган – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 515 с.
4. Кашкабаш Т. В. Городское визуальное коммуникативное пространство как фактор социальной интеграции: дис. ... канд. соц. наук (24.00.00) / Т. В. Кашкабаш. – Москва, 2014. – 152 с.
5. Орлов Г., Дзержинский К. Советская архитектура. Творческие проблемы / Г. Орлов, К. Дзержинский – М. : Издательство Знание, 1977. – 48 с.
6. Пучков М. В. Семиотические принципы формирования архитектурного пространства: дис. на соиск. учен. степ. канд. архт. (18.00.01) / М. В. Пучков. – Екатеринбург, 2000. – 192 с.
7. Трушина Л. Е. Образ города и городской среды: дис. на соиск. учен. степ. канд. философ. наук (09.00.04) / Санкт – Петербург. гос. ун-т / Л. Е. Трушина / Санкт-Петербург, 2000. – 200 с.
8. Черкасова Ю. В. Архитектурный образ города в культурно-историческом контексте: дис. на соиск. учен. степ. кандид. культур. (24.00.01) / Ю. В. Черкасова. – Комсомольск-на-Амуре, 2012. – 154 с.
9. Штомпель, Л. А. Культура Южно-российского города: путешествие во времени и пространстве (на примере Ростова-на-Дону) / Л. А. Штомпель, О. В. Баева. – Ростов н/Дону: ИАрХИ ЮФУ, 2012. – 232 с.

*Донецкий национальный университет*

*Кравченко Оксана Анатольевна, доктор филологических наук, доцент,*

*зав. кафедрой мировой и отечественной культуры*

*E-mail: 1234oksna@bk.ru*

*Гриценко Валерия Александровна*

*магистрант, направление подготовки «Культурология»*

*E-mail: lera.rajmer.96@bk.ru*

## ТРАДИЦИИ ПОРТРЕТНОГО ЖАНРА В НАИВНОЙ ЖИВОПИСИ П. БАХЛЫКОВА

*Куликова И. М.*

*кандидат филологических наук, доцент  
Сургутский государственный университет  
Сургут, Россия  
E-mail: kim0153@mail.ru*

Статья посвящена творчеству непрофессионального художника П. С. Бахлыкова, представителя наивного искусства. Основное внимание в статье уделено влиянию канонов профессионального искусства на работы живописца, созданные в жанре портрета, их осознанной переработке и переосмыслению в художественной практике мастера, использованию их применительно к иной этнической среде. Подчеркивается органичность соединения в художественном пространстве картин П. Бахлыкова элементов профессионального и наивного искусства.

**Ключевые слова:** П. С. Бахлыков, жанр портрета, наивная живопись, профессиональное искусство, традиция.

### TRADITIONS OF PORTRAIT GENRE IN PAKH BAKHLYKOV'S PAINTING

*Kulikova I. M.*

The article is devoted to the work of non-professional artist P. S. Bakhlykov, a representative of naive art. The focus of the article is on the influence of the canons of professional art on the works of the painter, created in the portrait genre. Their processing in the artistic practice of the master is underlined. The artist applied these traditions to a different ethnic environment. The organic nature of the compound is emphasized in P. Bakhlykov's paintings of elements of professional and naive art.

**Keywords:** P. S. Bakhlykov, portrait genre, naive painting, professional art, tradition.

Внимание современной культуры к традиционным представлениям о бытии в его пространственно-временных и ценностных парадигмах во многом определили интерес культурологов и искусствоведов к так называемому «наивному искусству», в число представителей которого включают и П. С. Бахлыкова – краеведа, художника-самоучку, писателя, чья деятельность высоко оценена в Тюменском регионе. Вместе с тем стилистика наивного искусства в его творчестве органично сочетается с традициями профессионального искусства, что рассматривается в качестве характерной особенности современной «наивной» живописи, отмеченной разнообразными непосредственными обращениями (вплоть до откровенных заимствований) к классическим образцам [3, с.248-249]. М. Творжинская подчеркивает, что «синтез традиционного народного творчества с новейшими направлениями в современном искусстве» определяет особенности современной художественной ситуации в Югре [6, с. 266]. Предметом исследования данной работы стало выявление (в самом общем плане) следов влияния профессиональной школы живописи на отдельные работы П. Бахлыкова,

поскольку наследие художника практически не исследовано в данном аспекте, в отличие от вопроса соотнесенности его работ с традициями этнической культуры ханты, мифологической картиной мира этого народа.

Разделив понятия «наивное» и «самодеятельное» искусство, В. Чирков относит творчество П. Бахлыкова к наивной живописи с ее «искренностью и непосредственностью восприятия», «наивной организацией формы», идущей от художественного ремесла [7, с.30]. Черты самодеятельного искусства, выстраиваемого в ориентации на профессиональных авторов, он усматривает только в одной его работе – пейзаже «Мефодькино болото». М. Дмитриева увидела большее: она рассматривает вопрос о «копии портретного канона» применительно к типу красавицы в живописи П. Бахлыкова [2, с. 101-102]. В. Рогачев, анализируя роман П. Бахлыкова «Медвежья падь», увидел следы влияния романов М. Шолохова на трактовку судеб и характеров некоторых героев и наличие в тексте «мастерски завуалированных, закодированных» идей русских мыслителей-космистов, передоверенных «вахловской деревенщине» [5, с.15, 13]. Подобных примеров может и должно быть значительно больше. В творчестве П. Бахлыкова, активно занимавшегося самообразованием и самообучением в ориентации на классические образцы и тенденции современного творческого процесса, влияние профессиональной школы проявилось и в формальных особенностях его живописной манеры, и в содержательном пласте его работ. При этом следует отметить творческую переработку П. Бахлыковым классического наследия русской школы живописи и своеобразное использование новейших исканий искусства.

Значительную часть наследия П. Бахлыкова занимает портретная живопись. Он создал галерею образов представителей разных народов, разного социального статуса, отличающихся по гендерным и возрастным признакам. Особую группу составляют женские портреты. М. Дмитриева связывает эти работы П. Бахлыкова с «салонной позднеромантической» традицией в общих ее чертах. Наиболее заметно, с нашей точки зрения, это проявляется в работах «Светлана» и «Мадонна». Персонажи изображены в непринужденной позе, в обрисовке героинь отсутствуют сильные эмоции и чувства, лица спокойны и полны достоинства. Детализация в обрисовке их нарядов сочетается с налетом романизма и некоторой идеализации образов. Обе работы создают ощущение, что перед зрителем – собирательные образы национальных женских типов (русского и хантыйского). Общая стилистика подачи образов позволяет соотнести эти работы с портретами В. Тропинина («Портрет Е.В. Киреевской», «Портрет Е.В. Мазуриной» и др.) и А. Венецианова («Портрет графини Н.П. Строгановой», «Портрет Л. А. Стромилловой» и др.). Особенно заметно влияние данных художников проявляется в «этнических» портретах. Как правило, это поясные или погрудные изображения в народных костюмах (данные чаще вполоборота, реже анфас), выделяющие мягкие очертания лиц, взгляд, позу, жесты, дополнительные атрибуты. Работа П. Бахлыкова «Рукодельница» вызывает ассоциации с портретами «кружевниц» у В. Тропинина («Кружевница»,

«Золотошвейка», «За прошивками»), «Пряхой» и «Девушкой с Подолья». Сходные стилевые черты присутствуют в портретах крестьянок у А. Венецианова («Девушка с крынкой молока», «Девушка с бураком», «Портрет крестьянки с васильками» и др.). Вместе с тем образ «красавицы» в наивной живописи важен не сам по себе, а «как фигура отображения "красивого" вообще» [2, с.102], то есть для выражения коллективных представлений о прекрасном, что было чрезвычайно важно для П. Бахлыкова. Изображение представителей народа ханты мастер нередко сопрягает с элементами мифологических представлений. В «Рукодельнице» портрет женщины в национальной одежде, плетущей бисер (народный художественный промысел), дан на фоне традиционного орнамента и рисунка. На фоне пейзажа, с дополнительными атрибутами (предметами этнической культуры) даны образы в работах «Аборигенка» и «Соло-Томра». «Мадонна» изображена в мехах – шкурках животных, являющихся «маркерами» и реальной природы региона, и имеющих непосредственное отношение к фольклору ханты. Как и профессиональные художники, П. Бахлыков в портретах «обычных» людей стремился выделить нечто необычное и утонченное.

Сходные приемы использует художник и при создании мужских портретов. В работе «Трофим Фомич. Ностальгия» портрет старого ханты дан в «рамке» из ствола и ветвей кедра, с выведенными по краю образами/изображениями традиционных животных (оленя, лося, соболя, белки). Изборожденное морщинами лицо, мудрый немного *усталый* взгляд выражают тоску человека по уходящему привычному для него миру (или уже исчезнувшему?), где он чувствует себя спокойно и уютно, где человек, звери и растения существовали в абсолютной гармонии. Портрет шамана («Шаман») дан на фоне ночной природы и в сопровождении шаманских атрибутов (бубен, череп животного и проч.). В картине «Тимоха курит» дан образ ханты с трубкой во рту, на фоне веток хвои, с выписанными деталями народного костюма. Но в мужских портретах заметно также влияние новых тенденций, наиболее ярко проявившихся в творчестве самого крупного художника региона – Г. Райшева, в работах которого доминантной чертой стала символизация реальности. Его «Мужички салымские» и многие портреты П. Бахлыкова имеют явные тематические и формальные пересечения. Наиболее характерна в этом отношении (плане) работа «Дитя природы». Изображение старика-ханты, плывущего на весельной лодке-долбленке по реке, символично и многозначно. Работа продемонстрировала нацеленность художника на изображение человека с позиции архаического миропонимания – как части бытия природного мира, неразрывно связанного с ним. В прямом значении пространство картины отражает реалии непосредственной среды обитания угров. Мифопоэтическая символика архетипа реки отражает их традиционные представления о горизонтальном устройстве мира и связана с мировыми универсалиями (река жизни).

В ходе исследования вопроса о способах отражения в живописи П. Бахлыкова взаимоотношений русских и коренного населения, особенно в период «Сибирского взятия», выяснилось, что в трактовке образа Ермака и событий исторической эпохи художник также отталкивался от традиций профессионального искусства, переработанных в соответствии с собственными представлениями. Согласно сведениям К. Резникова, первые светские поясные изображения покорителя Сибири появились в XVII-XVIII вв., где он внешне похож на потомка южно-европейских народов либо на испанского конкистадора, но не на казака [Резн]. Именно эти портреты были популярны в народной среде. На рубеже XIX-XX вв. появляются парадные скульптурные портреты М. Антокольского (Русский музей) и В. Беклемишева (памятник в Новочеркасске), где Ермак изображен в полный рост, в воинском облачении. В первом случае подчеркнут его статус воина (боевой топорик в руке, сабля на поясе, шлем, волевое лицо, отважный взгляд). Во втором случае подчеркивается торжественность исторического момента и значение воинского подвига Ермака для укрепления могущества России (в одной руке – «царская шапка сибирская», символ покоренной Сибири, преподносимой русскому государству, в другой – боевое знамя). Лучшим произведением об этом событии в изобразительном искусстве остается картина В. Сурикова «Покорение Сибири Ермаком Тимофеевичем», в которой атаман изображен «внутри» массы казаков, *в шлеме*, под хоругвями с изображениями Спаса и Святого Георгия. Работа П. Бахлыкова «Клятва» («Хантыйский князь Бояр дает клятву русскому царю перед Ермаком со товарищи») написана в соответствии со сложившимися канонами в отечественном искусстве. Образ Ермака – воина, героя – у П. Бахлыкова имеет пересечения с работой М. Антокольского: он дан в полный рост, в шлеме, панцире, руки за поясом, на котором висит сабля. Существенное отличие во внешнем облике – овчинный тулуп на плечах, подчеркивающий место и время происходящего. Но в чертах лица Ермака есть что-то (едва проскальзывающее) от левантинца, от тех портретов неизвестных авторов XVII-XVIII вв., которые висели во многих крестьянских избах. Есть пересечения и с картиной В. Сурикова: Ермак изображен в окружении товарищей по оружию, также подчеркнута прочная связь казаков со своим предводителем, над головой Ермака развивается хоругвь с изображением Георгия Победоносца, пронзающего копьём змея (знамя дружины Ермака), что естественно подчеркивает социальный статус героя «со товарищи». В подаче образов воинства атамана угадывается влияние картины И. Репина «Казачи пишут письмо турецкому султану». В конце XIX века появилось много картин, связанных с эпизодом прибытия к Ивану Грозному послов от Ермака и ради получения ими прощения от царя за прежние «грехи» (картины С. Ростворовского, А. Литовченко и др.). Композиционные приемы, использованные в этих работах, П. Бахлыков применил к «Клятве», разделив группы персонажей: казаки стоят слева (как подданные царя), князь Бояр (как правитель) – справа. Но колена преклонил хантыйский правитель (перед

казаками, целуя оружие в знак преданности), а не казаки, среди которых находится и Ермак: его сосредоточенный и твердый взгляд, решительная поза подчеркивают историческую значимость происходящего. П. Бахлыков писал: «Остяцкий князь ... был неглуп, понимал, что русские пришли надолго, навсегда!» [1, с.15]. Образ антипода Ермака, хана Кучума, дан без ореола героизма, без воинских доспехов, в обычном восточном халате. Одинокая бредущая по степи фигура, ведущая под уздцы коня, погружена в раздумья. В позе хана чувствуется, с одной стороны, обреченность, с другой – нежелание покориться Москве. Возможно, на трактовку образа оказали влияние письменные источники: роман «Поход Ермака» В. Яна, сведения из летописей, где подчеркнуты одиночество и вольнолюбие правителя Сибири.

Подводя итог самому общему анализу заявленной темы, отметим следующее. В современном открытом культурном и информационном пространстве сложно отыскать образцы наивного творчества в чистом виде. Создавая портреты современников и исторических лиц, П. Бахлыков в значительной степени опирался на образцы профессионального искусства, сумев при этом сохранить и передать непосредственность и искренность восприятия мира, свойственные этническим культурам и характерные для наивного искусства. Его творчество отличается органичным сплавом «наива» и «самодеятельности», которые своеобразно накладываются на его собственное философское видение бытия и понимание художественного процесса. Ориентация на профессиональные образцы и тенденции современного искусства угадывается и в работах П. Бахлыкова, относящихся к другим жанровым формам (пейзажная живопись, бытовой жанр и др.), что должно стать предметом дальнейшего исследования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бахлыков П. С. Юганские ханты: история, быт, культура. – Тюмень.: СофтДизайн, 1996. – 208 с.
2. Дмитриева М. В. Наивная живопись Петра Бахлыкова в контексте жанра // «V Бахлыковские чтения»: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Сургут, 14-17 сентября 2014 г.) – Сургут: РИО СурГПУ, 2016. – С. 99-103.
3. Письман Л. Наивное искусство как феномен современной культуры // Символы. Образы и стереотипы: Художественный и эстетический опыт: Международные чтения по теории, истории и философии культуры. – №9. – СПб: Эйдос, 2000. – С.248-251.
4. Резников К. Ю. О присоединении Сибири в литературе и искусстве // Русская история: Мифы и факты. От рождения славян до покорения Сибири. – 2012. – URL: <https://history.wikireading.ru/185052> (дата обращения 28.01.2019).
5. Рогачев В. А. Драма и счастье деревенской жизни на берегах юганской Оби // П. Бахлыков. Медвежья падь. – Тюмень: СофтДизайн, 1997. – 240 с. – С.5-16.
6. Творжинская М. Д. Традиционные образы и символы северных народов ханты и манси в современном искусстве художников Югры // Омский научный вестник. – 2014. .– №3 (129). – С. 266-269.
7. Чирков В. Ф. Наивное искусство П.С. Бахлыкова // «IV Бахлыковские чтения»: Материалы региональной научно-практической конференции, посвященной 80-летию

Петра Семеновича Бахлыкова (п. Белый Яр, Сургутский район, 10-12 октября, 2012 г.). – Сургут, 2013. – С. 29-34.

*Сургутский государственный университет*  
*Куликова Ирина Михайловна, кандидат филологических наук, доцент культурологии,*  
*доцент кафедры философии и права*  
*Сургут, Россия*  
*E-mail: kim0153@mail.ru*

## ВЕЛИКОРУССКИЙ НАРОДНЫЙ ОРКЕСТР В. В. АНДРЕЕВА В СИСТЕМЕ ДУХОВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА

*Моторная С. Е.*

*Севастопольский государственный университет*

*Севастополь, Россия*

*E-mail: motornaya@ukr.net*

*Юшутин М. Ф.*

*Орловский государственный институт культуры*

*Орёл, Россия*

*E-mail: tenzor07@yandex.ru*

Рассматривается влияние музыкального звучания Великорусского народного оркестра В.В. Андреева на становление системы духовной культуры общества. Показаны этапы формирования Великорусского оркестра В.В. Андреева в историческом экскурсе. Обосновывается роль русской народной музыки оркестра В.В. Андреева для становления личности и общества Советской России. Раскрываются особенности воздействия звука народных инструментов и их влияние на человека в групповой форме применения в виде оркестра. Анализируются отличие звучания Великорусского оркестра В.В. Андреева от звучания современных оркестров русских народных инструментов. Делается вывод о необходимости использования возможностей культурного потенциала Великорусского оркестра В.В. Андреева для поднятия духовности общества.

**Ключевые слова:** духовная культура общества, становление личности, Великорусский народный оркестр В.В. Андреева, народная музыка, балалайка, звук.

### **GREAT RUSSIAN NATIONAL ORCHESTRA OF V.V. ANDREYEV IN THE SOCIETY'S SPIRITUAL CULTURE SYSTEM**

*Motornaya S. Ye., Yushutin M. F.*

The influence of the musical sound of the Great Russian Folk Orchestra of V. V. Andreev on the formation of the society's spiritual culture system is considered. Stages of formation of Great Russian orchestra of V.V. Andreyev in historical digression are shown. The role of the Russian folk music of orchestra of V.V. Andreyev for formation of the personality and society of the Soviet Russia is proved. National tools sound influence features and their influence on the person in a group form of application in the form of orchestra are revealed. Difference of sounding of Andreyev's Great Russian orchestra from sounding of modern Russian folk orchestra are analyzed. The conclusion about need of use of opportunities of cultural potential of Great Russian orchestra of V.V. Andreyev for a raising of spirituality of society is drawn.

**Keywords:** society's spiritual culture system, the formation of personality, Great Russian national orchestra of V.V. Andreyev, folk music, balalaika, sound.

*Постановка проблемы.* Конец XIX века – начало XX века ознаменовались коренными изменениями в состоянии культуры российского общества, появлением блистательных мастеров искусства, которые прославили российское государство и снискали ему мировую славу. Это были выдающиеся мастера своего дела, которые работали в направлении

достижения синтеза искусств: художники и танцовщики, композиторы и дирижёры – все они составляли единое дополняющее друг друга пространство талантов, культурное воздействие которых мировое сообщество ощущает по сей день. Среди них мы можем отметить художников «Мира искусства», рисовавших декорации к операм и балетам композиторов «Могучей кучки» А. Бородина, Н. Римского-Корсакова, М. Мусоргского, А. Бенуа, И. Билибина, В. Борисова-Мусатова, Н. Рериха, в которых танцевали представители «Русского балета Сергея Дягилева» А. Павлова, М. Фокин, В. Нижинский и др. Им рукоплескал весь мир.

В это же время в России происходит выдающееся по своей значимости событие – появляется уникальный коллектив, созданный В.В. Андреевым, – Великорусский народный оркестр, который в отличие от коллектива «Русского балета Дягилева» не покинет Россию, а вольётся в её культурное послереволюционное восстановление и расцвет. Чтобы понять глубинный смысл этого события, необходимо рассмотреть особенности звучания русских народных инструментов созданного В.В. Андреевым оркестра и его влияние на человека и становление культуры общества.

*Анализ последних достижений и публикаций по проблеме; выделение нерешённых ранее частей общей проблемы.* Появление оркестра русских народных инструментов явилось логическим отражением эволюции человека и общества. Так, анализ истории развития и создания музыкальных инструментов, представленной в современной научной литературе показывает, что первоначально человек создавал инструменты, обеспечивающие мелодическое звучание. Однако эволюционное развитие потребовало нового восприятия музыки, чтобы передать всю её многогранность и богатство окраски. В этом реализовывался принцип построения Вселенной – природосообразность: человек пытался воссоздать многообразное звучание природы [25]. В результате процесс воспроизведения мира звуков природы сначала передавался в игре скоморохов, а затем привёл к появлению различных самобытных коллективов. Появились ансамбли и оркестры, которые отвечали новым потребностям. Вследствие чего к концу XIX века в России создались предпосылки для появления первого оркестра русских народных инструментов. Прежде всего, это стало возможным благодаря огромному вкладу русских композиторов в сохранение традиций подлинной русской песенности, усилению активности народных исполнителей-энтузиастов. В.К. Сухорослов в своей работе по истории народно-инструментального исполнительства отмечает, что, реализуя исторические корни ансамблевого музицирования, идущие со времён Древней Руси, В.В. Андреев «своими целями и устремлениями отвечал мыслям и настроениям передовых музыкантов конца XIX века – начала XX века» [22, с.146].

«Русский народный оркестр, с момента своего создания и до наших дней является отражением, выразительным средством всех сторон, тонких специфических качеств русского народного музыкального искусства.

Воздействуя на слушателя, звучание оркестра завораживает и заставляет проникаться особенным настроением, чутко сопереживать музыке» [5]. Великорусский оркестр создавал особое пространство гармонии. Как она обеспечивалась? Почему и за счёт чего? Эти вопросы практически не исследованы. Несмотря на то, что по истории создания оркестра русских народных инструментов существует определённое количество научной литературы: среди неё можно выделить труды Д.В. Аверина [1], В.В. Андреева [2, 3, 4, 5, 6], Б.П. Бабкина [7], М.П. Зарайского [9], С.А. Звягиной [10], С.В. Ивановой [11], М. Ихманицкого [12], В.П. Киприянова [13], А.П. Коннова [14], А. Пересады [18], И.Г. Сугакова [21], В.К. Сухоруслова [22], В.В. Ушенина [24] и др., особенности влияния музыки оркестра В.В. Андреева на развитие духовной культуры человека и общества не рассматриваются.

Поэтому *целью* нашей статьи является рассмотрение влияния музыкального звучания Великорусского народного оркестра В.А. Андреева на становление системы духовной культуры общества.

*Изложение основного материала исследования.* «...Впервые название «балалайка» встречается во времена Петра Великого. В 1715 г., при праздновании устроенной по приказу царя шуточной свадьбы, в числе инструментов упоминается и балалайка. Балалайка же контрабас является одним из шести видов балалайки...» [20, с.149]. В Иллюстрированном толковом словаре современного русского языка мы читаем: «Балалайка – русский народный щипковый музыкальный инструмент с тремя струнами и треугольным корпусом» [15, с. 269].

В Архиве В.В. Андреева мы нашли следующие записи по поводу названия балалайки и её происхождения. «Название инструмента «балалайка» происходит от слова «балавать»» [6]. В фонде 695, опись 1 Архива мы читаем: «Балалайка, судя по научным и историческим изысканиям последних десятилетий, получила своё происхождение от домры» [4].

В «Статье об истории образования оркестра» отмечается: «Андреев, начав с игры на народной балалайке, впоследствии составил целый оркестр из старинных русских инструментов» [5]. «Усовершенствованная Андреевым балалайка почти не изменилась, только лады на рукояти поставлены хроматически», – отмечает Г.Д. Пахоруков в «Обзоре русских народных инструментов» [17].

Одной из важнейших характеристик качества звучания оркестра является тембр – окраска звука, создающая глубину и полноту звучания. Для передачи природного богатства звуков понадобились инструменты с разной окраской звука. Поэтому в оркестры стали вводиться инструменты, позволяющие приблизить звучание музыки к многогранности звучания мира, и появились инструменты разного звукового диапазона и тембрового наполнения. Так, в оркестр русских народных инструментов были введены, кроме балалайки-примы, балалайка-секунда, балалайка-альт и балалайка-бас.

Однако этого было недостаточно. Оказалось, что в природе существуют ещё более низкие звуки. Для их воспроизведения музыкальными инструментами была создана балалайка-контрабас. Именно этот инструмент и обеспечил необходимую глубину и природосообразную окраску музыке, что позволило ему выступать в качестве басовой опоры для оркестра русских народных инструментов [16].

В.В. Андреев стал предпринимать действия, которые привели его к объёмному звучанию оркестра. Однообразность звука ансамбля балалаек сменилась природосообразным объёмным звуком с опорой на нижний регистр. Это произошло, когда в ансамбле балалаек появились инструменты кварто-квинтового характера (так называемый «разлад»). Для создания низкого настроя размеры балалайки-примы были слишком маленькие. Нужны были инструменты разной высоты звучания [8, с. 31]. Вот тогда В.В. Андреев и заказал мастеру инструмент, у которого бы увеличились



Рисунок 1. – Группа балалаек  
Великорусского оркестра  
В. В. Андреева [4]

размеры мензуры и размеры корпуса. Такая балалайка впоследствии получила название балалайки-альт. Б. Бабкин считает, что изготовленный альт и навёл создателя оркестра на мысль об изготовлении балалаек разного размера. Как отмечает Б. Бабкин, «были сделаны инструменты для проведения мелодии – мелодические инструменты. Среди них выделили: тенор, дискант, приму. Другие же инструменты были аккомпанирующими: альт, бас и контрабас» [7, с.110]. Группа балалаек Великорусского оркестра В.В. Андреева, как свидетельствуют материалы из Архива В.В. Андреева, содержала выше

перечисленные виды балалаек. Изображено на рисунке 1.

Однако звучание оркестра, которое давали усовершенствованные балалайки, не удовлетворяло В.В. Андреева.

Поэтому он предпринимает ряд мер, чтобы сделать звучание усовершенствованных балалаек более гармоничным. Для этого он, прежде всего, в своём оркестре располагает балалайки-секунды и балалайки-альты на переднем плане, удаляет балалайки бас и балалайки-контрабас друг от друга, размещает гусли в глубине оркестра. Такое расположение инструментов не соответствует современному, но, может быть, именно в этом и скрывается секрет удивительного звучания Великорусского оркестра В.В. Андреева! [23, с.47].

«В настоящем своём виде наши народные инструменты, несмотря на всю их простоту и так сказать «однородность» (все струны принадлежат к

разряду щипковых), представляют значительную музыкальную силу», – писал В.В. Андреев [2].

На рисунке 2 представлен по фото из архива В.В.Андреева состав Великорусского оркестра В.В. Андреева в 1898 г. [4].



Рисунок 2 – Великорусский оркестр В.В. Андреева, 1898 г. [4]

В «Тетради с записями по истории создания оркестра», хранящейся сегодня в Архиве под номером 695, В.В. Андреев отмечает: «Я не буду перечислять, сколько затруднений пришлось мне преодолеть, чтобы довести своё дело до того состояния, в котором оно находится сейчас. Скажу лишь только, что приходилось

вырабатывать все размеры инструментов для образования из них семейств (группа инструментов, размеры по величине); создавать репертуар; находить людей, которые могли бы посвятить себя этой новой специальности; наконец учить игре на этих инструментах отдельных лиц; образовывать из них ансамбль, работать над этим ансамблем, создавать систему и школу обучения. Я стремился дать всем людям заниматься коллективно музыкой через посредство усовершенствованных мною музыкальных инструментах русского народа, как наиболее пригодных для этой цели благодаря исключительной лёгкости обучения всем и каждому игры на них. Я приложил все (данные мне природою и Богом), чтобы наилучшим образом показать через посредство моего оркестра все музыкальные достоинства русских народных инструментов и имел в этом успех. Но личный мой успех совершенно бледнеет перед самой идеей этого большого культурного просветительского дела, а потому я придаю ему значение не более, как средства достижения высшей цели» [6].

Здесь необходимо отметить, что, несмотря на то, что В.В. Андреев не имел консерваторского образования, он был человеком, одарённым природой, талантливым, обладал силой воли и такими личностными качествами как решительность и настойчивость в достижении цели. Всё это позволило ему проделать титанический труд по созданию оркестра русских народных инструментов.

Особым звучанием балалайки Великорусского оркестра обязаны мастеру С.И. Налимову, который проработал у В.В. Андреева непрерывно 26 лет и только один раз съездил к себе на родину в республику Коми на одну неделю. Вначале мастер делал для В.В. Андреева просто столярные изделия, а после этого, поскольку столяр он был блестящий, по предложению В.В. Андреева начал делать балалайки. «Балалайки, сделанные Налимовым, до

сих пор считаются лучшими, и, возможно, непревзойдёнными» [19]. На наш взгляд, С.И. Налимов сыграл для Великорусского оркестра такую же роль как великие мастера струнных инструментов А. Гварнери и А. Страдивари для симфонического оркестра. Однако сегодня в составе инструментов оркестра им. В.В. Андреева налимовские балалайки отсутствуют: к сожалению, потомки не сберегли их.

Газета «Новости» от 2 декабря 1892 г. писала, что А.Г. Рубинштейн был вдохновлён творчеством В.В. Андреева: «Я чрезвычайно удивлён! Ничего подобного я не мог ожидать от балалайки. Эффекты, которые Вы извлекаете из неё, поразительны. Трудно создать что-нибудь новое вообще, а в сфере музыки – в особенности!.. Но Вам удалось внести в неё новый своеобразный элемент» [13, с.7]. В свою очередь, Плещеев отмечал, что «...для нас сила его [В.А. Андреева] в народном музыкальном творчестве, в душе, в искренней передаче этого творчества, в создании им настроения. Вот где дорог Андреев. Он пробудил в нас любовь к народным инструментам, которые забыли и в возрождении которых не верили...» [9].

Из воспоминаний В.В. Андреева, помещённых в газете «Русь» от 25.12.13 г. следует, что П.И. Чайковский в присутствии Н.А. Римского-Корсакова и А.К. Лядова воскликнул: «Какая прелесть эти балалайки! Какой поразительный эффект могут они дать в оркестре; по тембру это незаменимый инструмент! [13, с.7]. В Архиве Андреева, фонд 695, опись 2 мы находим следующую запись: «Оркестр Андреева путешествовал по Великой Родине и за рубежом, поражая и удивляя посетителей его концертов, которые восхищались обилием оркестровых красок» [9].

В.В. Андреев в очерке «Великорусский оркестр и его значение» указывал на преимущество Великорусского оркестра, состоящее в его приближённости к народу, его душе. «Главное значение великорусского оркестра не в том, что он проявляет художественную силу, а в необыкновенной его доступности для народа в смысле непосредственного исполнения – в этом отношении он не имеет себе соперников», – писал В.В. Андреев в очерке «Великорусский оркестр и его значение» [2]. В сложное для России время В.В. Андреев прикладывал все силы и использовал все возможности для того, чтобы популяризировать балалайку в русском народе, создать единое звучащее струнами балалайки гармоническое духовное пространство, которое стало бы основой создания культурного человека и общества.

«Великорусский оркестр является единственным национальным художественным созданием, ничего не позаимствовавшим с запада, в то время как вся наша музыка создавалась по западным образцам: опера, симфонический оркестр, балет, хоровое пение (светское), военные духовые оркестры и т.д. Только Великорусский оркестр представляет собою, исключение как дело, выросшее на русской почве, созданное русским трудом и опирающееся на музыкальные инструменты русского народа, усовершенствованные на основании принципов, данных самим народом,

строго сохранившие свой тип и присущие им особенности. Придерживаясь такого пути, Великорусский оркестр, занял совершенно самостоятельное место среди других существующих оркестров. В состав великорусского оркестра входят разновидности балалаек, домръ, гуслей, как добавочные духовые: свирели, жалейка (вид пастушьего рожка), ударные: бубень, тарелки, накры или литавры, ложки» [2].

М. Зарайский, бывший администратор и секретарь Великорусского оркестра В.В. Андреева, подчёркивал необходимость сохранения Андреевского звука. Так, в статье «Несколько слов о составе национального русского народного оркестра» он пишет: «Если вспомнить нашего Н.П. Римского-Корсакова, то для своей оперы «Садко» он использовал одни только инструменты Андреевского оркестра без какого-либо дополнения» [9, с.7]. «А.К. Глазунов ... в своей «Фантазии» ввёл только одни русские народные инструменты в оркестре В.В. Андреева» [9, с.8]. В связи с этим, на наш взгляд, сегодня актуально присутствие в оркестре русских народных инструментов балалайки-контрабас, а не бас-гитары или эми-баса, а также грамотное использование современных ударных установок, которые при непрофессиональном использовании заглушают мелодичность струнной группы.

Ещё 23.08.1951 М. Зарайский писал о «мегизации» – неоправданном введении в состав оркестра русских народных инструментов немецких гармошек и английского концертино. «Этот своеобразный тембр в балалаечном оркестре, если ввести в состав ансамбля английское концертино, немецкие гармошки, безусловно, исчезнет как дым в эфире. Ревущие звуки гармошки хоронят всё своеобразие, всю лучезарную красоту наших русских народных инструментов». [9, с.13].

М.П. Зарайский неоднократно подчёркивал необходимость популяризации истории и достижений оркестра А.А. Андреева и значение его музыки для воспитания молодого поколения. «Человек, не знающий и не любящий прошлое своей Родины, своих достижений в любой области, не может быть создателем нынешней жизни», – писал он редактору газеты «Правда» 2/1-1954 [9]. «Напомните при участии Вашей газеты молодому поколению о титанических трудах русского патриота, который всю свою жизнь отдал служению простому народу. Это необходимо Вам сделать, т.к. Вы должны воспитать молодёжь в духе высокого уважения к трудам для нашей великой и любимой Родины...» [9].

*Выводы и перспективы дальнейших исследований.* Ю.В. Морозко в своей статье «Современные тенденции исполнительства на русских народных инструментах низкого регистра» отмечает, что «...на данный момент в России насчитывается более 90 оркестров русских народных инструментов и большое количество ансамблей» [1]. Во многих национальных республиках Российской Федерации созданы оркестры из национальных инструментов, которые построены по типу оркестра русских народных инструментов В.В. Андреева: используются традиционные

национальные инструменты различных размеров. Однако общество не использует в должной мере культурный потенциал уникального явления русского искусства, каким явился Великорусский оркестр.

Звучание каждого русского народного инструмента обладает своим неповторимым тембром и колоритом. Используя балалайки и домры разного размера, В.В. Андрееву удалось создать объёмный природосообразный звук, который был настолько близок человеку, что входил в сердце и душу, наполняя его счастьем и радостью. «Многие помнят Андреевские концерты. Слушатели поражались ... художественностью, мастерством исполнения, слаженностью ансамбля, тонкостью нюансировки, уходя с концертов очарованными, поражёнными тем, как он, Андреев, умеет дать такое обилие красок, на первый взгляд, из простых и примитивных, но величественных народных инструментов» [9, с.4]. Поэтому русское народное музыкальное искусство, Андреевское искусство вошло в сокровищницу не только русской, но и мировой культуры, в систему духовной культуры общества нашей планеты. Андреевское искусство – высочайший потенциал и культурный резерв для поднятия духовно-нравственного начала современного общества. И он ждёт своего познания и постижения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аверин, Д.В. Современные тенденции исполнительства на русских народных инструментах низкого регистра [Электронный ресурс] / Д.В. Аверин, Ю.В. Морозко. – Режим доступа: [https:// aveclassics.net/publ/6-1-0-12](https://aveclassics.net/publ/6-1-0-12) (дата обращения: 25.07.2018)
2. Андреев, В.В. Великорусский оркестр и его значение [Текст] / В.В. Андреев. – РГАЛИ, Архив Андреева, Печатный экземпляр 1914-1917, 2 док. на 7 листах. Санкт-Петербург, 1914 г. с.1. Фонд 695, опись 2, ед. хр. 1278.
3. Андреев, В.В. Русские народные инструменты [Текст] / В.В. Андреев. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 1, ед. хр. 1238.
4. Андреев, В.В. Краткая справка об инструментах, входящих в оркестр [Текст] / В.В. Андреев. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 1, ед. хр. 1250.
5. Андреев, В.В. Статья об истории образования оркестра [Текст] / В.В. Андреев. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 1, ед. хр. 1255.
6. Андреев, В.В. Тетрадь с записями по истории создания оркестра [Текст] / В.В. Андреев. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 2, ед. хр. 365.
7. Бабкин, Б.П. Балалайка [Текст]: Очерки истории её развития и усовершенствования / Б.П. Бабкин // Русская беседа, 19--., С.83-120.
8. Блок, В. М. Оркестр русских народных инструментов [Текст] / В.М. Блок. – М.: Музыка, 1986. – 80 с., ил.
9. Зарайский, М.П. Несколько слов о составе национального русского народного оркестра. Машинопись и авторизованная машинопись [Текст] / Зарайский М.П. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 2, ед. хр. 7.
10. Звягина, С.А. Русский академический оркестр: вопросы истории формирования и развития: автореферат дис. кандидата искусствоведения : 17.00.02 [Текст] / С.А. Звягина; [Место защиты: Новосиб. гос. консерватория им. М.И. Глинки]. – Новосибирск, 2007. – 26 с.
11. Иванова, С.В. Эволюция звукового образа балалайки в её историческом развитии: (на примере музыкальной культуры Оренбуржья) [Текст] / С.В. Иванова // Искусство и образование. – 2011. – № 6. – С. 15-25.

12. Имханицкий, М. История исполнительства на русских народных инструментах: Учебное пособие для музыкальных вузов и училищ [Текст] / М. Имханицкий. – М.: Издательство РАМ им. Гнесиных, 2002. – 351 с.
13. Киприянов, В.П. Оркестр народных инструментов им. В.В. Андреева (к 50-летию со дня основания), 1938 г., 10 с. Ленинградская государственная филармония, Исторический очерк В.П. Киприянова [Текст] / В.П. Киприянов. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 2, ед. хр.4.
14. Коннов, А.П. Оркестр имени В.В. Андреева [Текст] / А.П. Коннов, Г.Н. Преображенский. – Л.: Музыка, 1987. – 160 с.
15. Лопатин, В.В. Иллюстрированный толковый словарь современного русского языка: активная, наиболее употребительная лексика русского языка конца XX – начала XXI века [Текст] / В.В. Лопатин, Л.Е. Лопатина. – Москва : Эксмо, 2007. – 909 с.
16. Моторная С.Е. Влияние народной музыки на становление личности в образовательном пространстве [Текст] / С.Е. Моторная, М.Ф. Юшутин // Культура в фокусе научных парадигм. 2018. № 7. С. 52-60.
17. Пахоруков, Г.Д. Обзор русских народных инструментов [Текст] / В.В. Андреев. – РГАЛИ, Архив Андреева, фонд 695, опись 1, ед. хр. 1251.
18. Пересада А. Балалайка [Текст] / А. Пересада. – М. : Музыка, 1990. – 64 с.
19. Пересада, А.И. Справочник балалаечника [Текст] / А.И. Пересада. – М.: Советский композитор, 1977. – 224 с.
20. Путешествие в мир проектов : материалы I Всероссийской научно-практической конференции (г. Астрахань, 25 января 2017 г.) [Текст]. – Астрахань : Сорокин Роман Васильевич, 2017. – 162 с.
21. Сугаков И.Г. Оркестр русских народных инструментов: история и современность [Текст]: учебное пособие для студентов вузов культуры и искусств: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 071301 Народное художественное творчество / И.Г. Сугаков: М-во культуры Российской Федерации, Федеральное гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Кемеровский гос. ун-т культуры и искусств. – Кемерово : КемГУКИ, 2009. – 222 с.
22. Сухорослов, В.К. Из истории народно-инструментального исполнительства в Центральной России: Учебное пособие [Текст] / В.К. Сухорослов. – Орёл: Изд-во «Труд», 2000. – 312 с.
23. Тарасов, О.В. Повышение педагогической эффективности организации детского русского народного оркестра [Текст]: диссертация... кандидат педагогических наук : 13.00.05 / О.В. Тарасов. – Москва, 2005. – 221 с.
24. Ушенин, В.В. Становление и развитие профессионального народно-инструментального искусства на Дону (1920-1990-е годы). Исполнительство и педагогика [Текст]: автореферат дис.... кандидата искусствоведения : 17.00.02 / Рос. гос. консерватория им. С.В. Рахманинова. – Ростов-на-Дону, 2006. – 25 с.
25. Yushutin, M. Psychological basis of sound effects of russian folk instruments orchestra on person [Электронный ресурс] / M.Yushutin, S.Motornaya / В сборнике: Системно-деятельностный подход как условие реализации требований федерального государственного образовательного стандарта нового поколения Материалы II всероссийской научно-практической конференции / Под общей редакцией Л.М. Гура, С.Е. Моторной. – 2018. – С. 185-193.

*Моторная Светлана Евгеньевна, доктор психологических наук, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Психология»,  
Севастопольский государственный университет  
Севастополь, Россия  
E-mail: motornaya@ukr.net*

*Юшутин Михаил Фёдорович  
Адъюнкт ИАНО  
Орловский государственный институт культуры  
Орёл, Россия  
E-mail: [tenzor07@yandex.ru](mailto:tenzor07@yandex.ru)*

# ФИЛОЛОГИЯ

УДК 003.292:82-1(470+571)

## СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ МУЛЬТИКОДОВОСТИ В РУССКОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОЭЗИИ НАЧАЛА XX ВЕКА

*Балко М. В.*

*доктор филологических наук, доцент  
Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики  
Донецк  
E-mail: marina.balko1978@gmail.com*

Статья продолжает цикл публикаций автора, посвященных анализу мультикодности как текстовой категории. Основное внимание уделяется изучению специфики реализации этой категории в текстах визуальной поэзии русских футуристов начала XX века. Рассматриваются образцы футуристической зрительной поэзии, характерным признаком которых является акцент на форме, соединение вербального компонента с визуальным и аудиальным. Приводится типология способов реализации категории мультикодности в визуальной поэзии русских футуристов.

**Ключевые слова:** текст, категория текста, мультикодность, визуальная поэзия, футуризм.

### **SPECIFICITY OF IMPLEMENTATION OF THE CATEGORY OF MULTI-CODE IN RUSSIAN VISUAL POETRY OF THE BEGINNING OF THE XX CENTURY**

**Balko M. V.**

The article continues the cycle of the author's publications devoted to the analysis of multi-code as a textual category. The focus is on studying the specifics of the implementation of this category in the texts of the visual poetry of Russian futurists of the beginning of the XX century. Samples of futuristic visual poetry are considered, a characteristic feature of which is an emphasis on form, the combination of the verbal component with the visual and auditory components. A typology of ways to implement the multi-code category in the visual poetry of Russian futurists is given.

**Keywords:** text, text category, multi-code, visual poetry, futurism.

Начало XX века характеризуется тесным и чрезвычайно сложным взаимодействием поэзии и живописи. В этот период приходит осознание непригодности старых форм искусства для отображения окружающей действительности и необходимости поиска новых эстетических установок. Изобразительное искусство оказывается наиболее отзывчивым к трансформациям видом искусства, в связи с чем именно в нём воплощаются новые тенденции в отображении действительности. Одной из ключевых революционных идей было стремление разрушить рациональную систему в искусстве, предполагающую прямое соотношение означаемого и

означающего, и предать ему предметную конкретность (ср., например, кубистическую живопись). Поэзия начала XX века, в том числе русская, представлена множеством авангардных направлений, предлагающих новые, по сравнению с классической поэзией, жанры. Один из них – визуальная поэзия, представленная в творчестве футуристов (Велимира Хлебникова, Алексея Кручёных и др.).

Цель предложенной статьи – проанализировать особенности реализации категории мультикодности в русской визуальной поэзии начала XX века.

Мультикодовые (поликодовые, креолизованные, гибридные, гетерогенные) тексты характеризуются, прежде всего, множественностью кодов, реализованных в них. Видится заслуживающей внимания концепция Г. В. Ейгера и В. Л. Юхта, которые рассматривают мультикодность текста достаточно широко – как «случай сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы» [3, с. 107]. При этом ключевой особенностью мультикодовых текстов признаётся визуально-словесное кодирование информации, предусматривающее разнообразные формы межкодовых переходов логического, предметного, вербального, визуального и образного характера.

В круг интересов современной лингвистики, как отмечает И. А. Шипова, ссылаясь на работы У. Фикс, всё чаще попадают не только исключительно языковые единицы и явления, но и знаки другой природы (жесты, мимика, рисунки, изменение шрифта и проч.) [7]. Мультикодовые тексты в этом отношении являются неисчерпаемым источником фактического материала для научных студий.

Создание мультикодовых текстов (то есть визуализация сообщения) считается проявлением интермедиального характера всей человеческой коммуникации. Текст в разные исторические периоды и у разных народов зачастую воспринимался как единство вербальной и какой-то (или каких-то) ещё составляющей (ср.: обряды шаманов, гадание, христианская молитва, современная реклама и проч.).

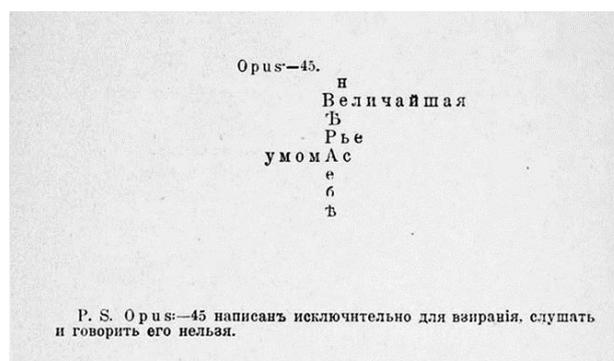
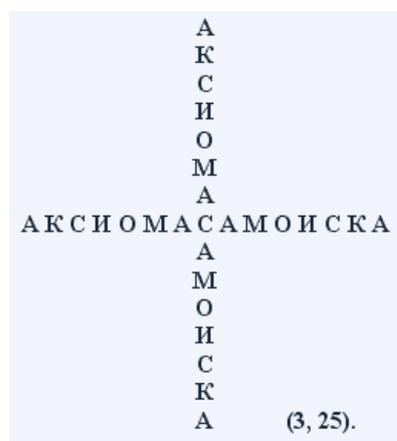
Визуальная поэзия не является изобретением поэтов-футуристов, она появилась достаточно давно (вспомнить хотя бы барочные зрительные стихи), но в творчестве начала XX века она приобрела новые формы и наполнилась новым содержанием. Основной принцип при этом остался неизменным – соединение вербального и визуального компонентов. При этом языковые элементы футуристических произведений ориентированы, прежде всего, на передачу одномоментного предметного (зрительно-пространственного) восприятия действительности [2; 5]. Стремление моделировать пространственное видение текста, выделение отдельных компонентов формы и наделение их самостоятельным смыслом, эксперименты со шрифтом и расположением текста на листе – вот неполный перечень особенностей футуристической поэзии начала XX века, например:



3. Наличие зауми и околозаумных конструкций, ср.: *Дыр бул щил убещур скум вы со бу р л эз* (Алексей Кручёных); *Бобэоби пелись губы, Вээоми пелись взоры, Пиээо пелись брови, Лиэээй – пелся облик, Гзи–гзи–гзэо пелась цепь* (Велимир Хлебников) и т. п. Содержание новообразованных компонентов текста формируется по аналогии с существующими в языке словами, но в то же время заумные элементы не могут быть однозначно истолкованы. Заумь образуется на основе сдвига, и невозможно выбрать одно значение из множества вариативных.

Заумное слово может представлять как визуальный, так и визуально-фонетический (рассчитано на шумовые и другие аудиальные эффекты) уровень. Показательно в аспекте фонописья стихотворение Велимира Хлебникова «Кузнечик», в котором читаем: *Кузнечик Крылышкуя золотописьмом Тончайших жил, Кузнечик в кузов пуза уложил Прибрежных много трав и вер. – Пинь, пинь, пинь! – тарарахнул зензивер. О, лебедиво! О, озари!* Эффект звукописи достигается в тексте за счет повторения звуков [ш] / [ж], [с] / [з], [р] / [в] и звукоподражания *пинь, пинь, пинь*. Автор, используя эти компоненты, позволяет практически услышать стрекочущего кузнечика.

4. Кроссвордное письмо, предполагающее использование в тексте пересечений общих для нескольких слов букв, например:

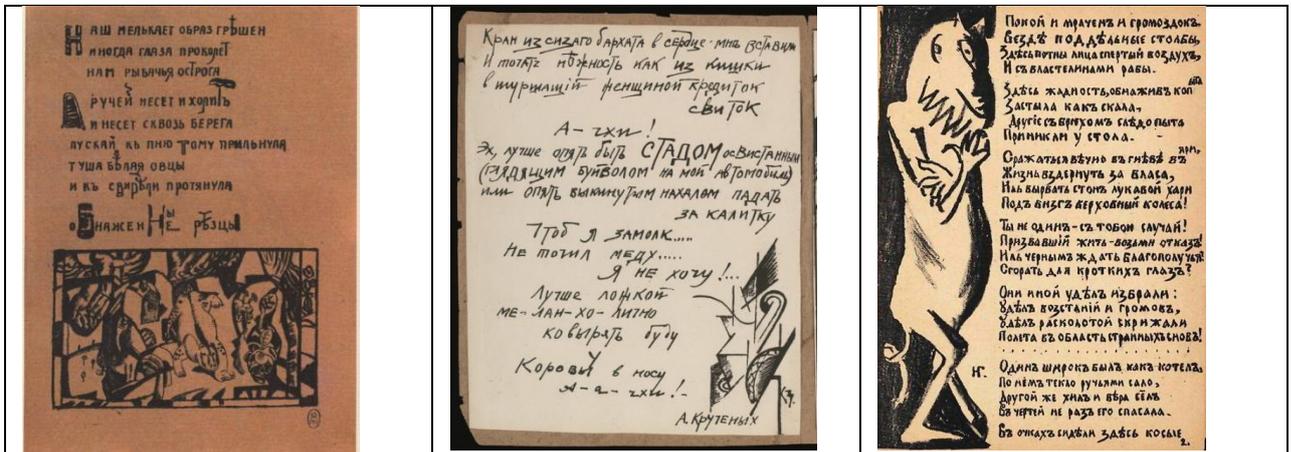


Кроссвордная запись способствует актуализации элементов палиндрома (текста, который читается одинаково в разных направлениях).

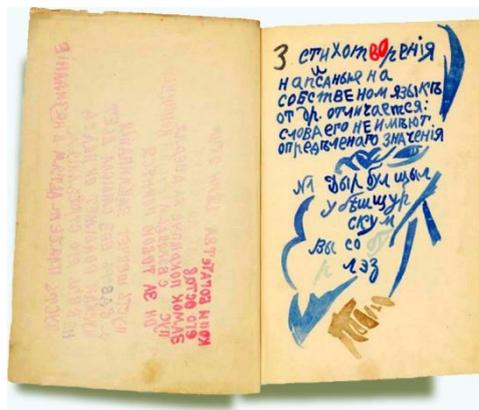
5. Соединение в одном тексте большого количества типографских шрифтов, что особенно ярко представлено в рекламных плакатах футуристов, ср.:



6. Использование витиеватых прописных букв, букв старославянского алфавита, в том числе в рукописных книгах (что также было экспериментом по поиску форм для передачи мироощущения, отличного от традиционного), например:



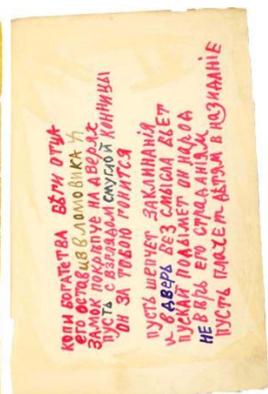
7. Использование чернил разного цвета:



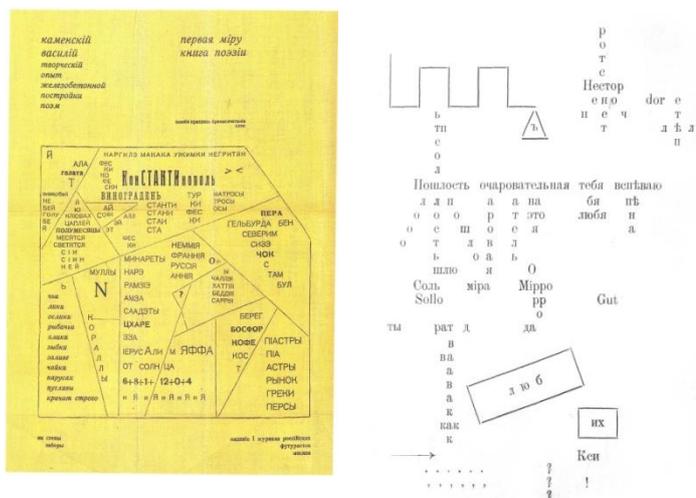
чернила красного и синего цветов



чернила красного, синего, чёрного, коричневого цветов



8. Разлом (дробление) слов для того, чтобы открыть «странную мудрость» в произвольных и для обычного слуха ничего не означающих созвучиях» [3, с. 135], ср.:



Л. Г. Андреев, анализируя этот мультикодовый приём, считает, что автор, кромсая слова, «вырывая буквы, звуки и рассылая их по страницам», подводит нас к тому, что они «кажутся уже не обломками языка, а какой-то особенной материей, сырыми стройматериалами, из которых составляются не то рисунки, не то музыкальные фразы» [1, с. 204].

9. Пустотные тексты, например, «Поэма конца» Василиска Гнедова. Правильному восприятию такого произведения способствует соответствующий контекст, образуемый однострочными поэмами автора, предшествующими «Поэме конца» в книге «Смерть искусству». Заключительная составляющая, таким образом, воспринимается как минимальный пустотный текст – пустотный моностих или однобуква (однопробел). Такой текст, по мнению А. Таршис, следует интерпретировать как визуальную паузу [4, с. 68]. Показательно, что Василиск Гнедов в своё время выступил с «Поэмой конца». Выступление сводилось к одному энергичному жесту автора правой рукой (перед лицом резко вниз, а затем вправо), что можно считать прообразом перформансов в авангардном искусстве XX–XXI вв. [6].

Таким образом, творчество футуристов начала XX века положило начало массовой визуализации художественного текста и культуры в целом. Их визуальные стихи являются ярчайшим образцом мультикодовых текстов, поскольку вычурно и порой нелогично соединяют вербальные, визуальные и аудиальные компоненты. Зрительная футуристическая поэзия была таковой, так как представляла собой бунт против стандарта, против официально-общепринятых взглядов на художественное творчество.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев Л. Г. Сюрреализм / Л. Г. Андреев. – М. : Высшая школа, 1972. – 232 с.
2. Дуганов Р. В. Велимир Хлебников: природа творчества / Р. В. Дуганов. – М. : Сов. писатель, 1990. – 350 с.
3. Ейгер Г. В. Поликодовость говорящего и слушающего. К построению типологии текстов / Г. В. Ейгер, В. В. Юхт // Лингвистика текста : материалы научной конференции при МПГИИЯ. – М., 1974. – С. 103–109.
4. Забытый авангард. Россия, первая треть XX столетия / сост. А. Очеретянский, Дж. Янечек, В. Крейд. – Кн. 2: новый сборник справочных и теоретических материалов. – Нью-Йорк–СПб. : [Б.и.], 1993. – 278 с.
5. Малыхина М. В. Творчество Э. Каммингса и русская авангардная поэзия: опыт сравнительного анализа / М. В. Малыхина // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2012. – № 1. – С. 7–17.
6. Савченко Т. К. Серебряный век как предшественник постмодернизма / Т. К. Савченко // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры : материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ: в 15 томах. – СПб. : Международное некоммерческое партнерство преподавателей русского языка и литературы «МАПРЯЛ», 2015. – С. 598–603.
7. Шипова И. А. К вопросу о мультикодовости художественного текста / И. А. Шипова // Вестник Прикамского социального института. Гуманитарное обозрение. – 2012. – № 2 (5). – С. 43–49.

*Балко Марина Владимировна  
доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры краеведения  
Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики  
Донецк  
E-mail: marina.balko1978@gmail.com*

## РЕАЛИЗАЦИЯ ЗНАЧЕНИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ НАИМЕНОВАНИЯМИ СИЛЫ БЛАГОЙ И НЕЧИСТОЙ

*Титаренко Э. А.*

*кандидат филологических наук*

*Донецкий институт физической культуры и спорта*

*Донецк*

*E-mail: elgol@ukr.net*

В статье анализируются наименования силы благой и силы нечистой, реализующие значение интенсивности в русском, украинском и английском языках, основываясь на установленных Г.И.Берестневым инвариантных образах множественности и на позиции говорящего при наименовании. Использование наименований силы благой и силы нечистой в роли интенсификаторов объясняется характерным для них преобладанием эмоционального, усилительного значения над семантическим. Мотивирующими при такой номинации являются представления человека о непостижимости высших сил, ощущениях максимального восторга, восхищения или страха перед ними.

**Ключевые слова:** интенсивность, номинация, сила благая, сила нечистая, позиция говорящего

### THE MEANING OF INTENSITY EXPRESSED BY THE NAMES OF THE CELESTIAL POWERS AND THE NAMES OF DEVILS

*Titarenko E. A.*

The paper deals with the analysis of names of the celestial powers and names of devils with the meaning of intensity in the Russian, Ukrainian and English languages. The analysis is based on the I. Berestnev's invariant images of plurality conception and speaker's attitude. Names of the celestial powers and names of devils can convey the idea of intensity in case of prevalence their emotional intensifying meaning over semantic. The view of the incomprehensibility of God's power, man's feeling of great pleasure, rapture or fear before these powers motivate the use of names under investigation with the meaning of intensity.

**Key words:** intensity, nomination, celestial powers, devils, speaker's attitude.

На сегодняшний день в лингвистике не существует однозначной интерпретации понятия интенсивности. В широком смысле слова под интенсивностью понимается количественное изменение признака.

В области фонетики средством интенсификации является эмфатическое ударение, выражающее дополнительные оттенки значения, эмоции, связанный с особым смысловым акцентированием слов. На морфологическом уровне – это приставки, напр.: рус *архи-*, *ультра-*, *экстра-*, *мега-*, *пре-*; *недо-*, *мало-* и др.; суффиксы *-ик*, *-чик*, *-к*, *-ищ* и др.; англ. *hyper-*: *hyperactive*, *over-*: *overactive*, *overlong*. Интересным явлением в украинском и русском языках является сосуществование интенсивного и деминутивного значения в суффиксах, например: *-оньк-* / *еньк-*: *частенько* разг. 'довольно часто', *-охоньк-* / *ёхоньк-*; *-ешеньк-*: *хорошоохонько*, *частёхонько*, *чистёхонек*. В английском языке корреляции значений интенсивности и деминутивности не выявлено.

Среди лексических средств интенсификации С. Е. Родионова [5, с. 159–160] различает интенсификаторы – эксплицитные средства усиления (*очень, ужасно, невероятно*) и интенсификаты – слова, имплицитно содержащие в своем значении сему интенсивности (*триумф* ‘большой успех’, *чудесный* ‘очень хороший’, *бесценный* ‘очень дорогой’). О. П. Ермакова [2] определяет переход качественных значений прилагательных и наречий в количественные как метафоризацию на основе коннотации – *ангельски чиста, зверски голоден, адски жарко, чудовищно велик; негасимая любовь, неизлечимая глупость, неотразимое обаяние*.

Отмечая субъективный характер и экспрессивность категории интенсивности, лингвисты говорят о необходимости изучать ее во взаимодействии с другими субъективными категориями – оценки, эмоциональности и образности [5, с. 161].

В данной статье лексемы со значением интенсивности рассматриваются исходя из выделенных Г. И. Берестневым [1] инвариантных образов множественности, в частности образа силы благой и силы нечистой. Реализация значения интенсивности объясняется посредством обращения к позиции говорящего (активная / инактивная).

Ориентированы на образ благой силы следующие лексемы со значением интенсивности: рус. *божественный* ‘необычайный, изумительный’; *небесно* ‘прекрасно’: <...> *недавно посетила наш край одна прелесть, которая небесно поет; добрый* ‘значительный по величине, силе и т.п.’: *ждать добрый час; добрый урожай*, ср. также *добро* ‘имущество, вещи’: *чужое добро*. Усиленное проявление действия и признака подчеркивают наречия *свято, удивительно* ‘необычайно’: *свято беречь, свято верить, чтить, любить, соблюдать; удивительно умный*.

Семантически с представлениями о нечистой силе соотносятся рус. *до черта* ‘очень много’ и ‘очень сильно’: *до черта их тут, до черта надоело*, разг. *чертовский* ‘необычайный по силе, степени проявления’, *чертовски* ‘очень’: *чертовски обаятельный человек; чёртов* ‘для обозначения сильного проявления или большого количества чего-нибудь’: *чёртова боль, чёртовы холода; чертова прорва* ‘огромное количество чего-либо’: *Знал он их (анекдотов) чертову прорву; чертова уйма* ‘очень много’. Г. И. Берестнев отмечает, что в народном сознании основным атрибутом черта, беса, дьявола представлялась сила, имеющая деструктивный характер (нечистая, черная, вражья): *много в черте силы, да воли ему нет*. К образу нечистой силы также обращены интенсивы *сатанинский* ‘необычайно сильный по степени проявления’ *сатанинская гордость, сатанинская злоба, сатанинские морозы; адский* ‘сильный, невыносимый’: *адский холод, адская скука; адски скучать* ‘сильно’; *бешеный* ‘чрезмерный, необычайно сильный или необычайно быстрый’: *бешеная сила, бешеные деньги* ‘чрезмерно большие деньги’, *бешеные цены, прибыли* ‘чрезмерно высокие’, *чудовищный* разг. ‘крайне большой, весьма значительный’: *чудовищные размеры*,

чудовищный аппетит; фразеологизм до зелёна змея устар. ‘о сильном опьянении’.

Приведем примеры обозначения большого количества посредством упоминания благой силы: рус. *страх Божий* ‘очень много’; *Бог знает как* ‘очень’: *Прошу его войти в главный присмотр за моими деревнями, чем он меня Бог знает как обяжет*; *обожествлять* ‘чрезмерно превозносить кого-нибудь’; ср. также др.-рус. *благосилие* ‘большая сила, мощь’, *благоугобъжение* ‘обилие, большое количество’, *благотихый* ‘очень тихий, спокойный’; *доброхрабрый* ‘очень храбрый’. Согласно Г. И. Берестневу, именно признак силы в структуре представления о Боге объясняет развитие знания множественности у производных прасл. \**bogъ*: рус. богатый ‘обильный, многий’, укр. *багато* ‘много’, сербско-хорв. *богат* ‘многий, обильный’ и др.

В украинском языке примерами обозначения множественности и интенсивности, связанными с представлением о нечистой силе, являются следующие: *з біса* ‘весьма, слишком’: *З біса розумна ти [Катря], моя люба!* (Марко Вовчок); *А ти з біса грамотний чувак, Борисовичу!* (Ешкилев); *до біса* ‘множество’; *насточортити, осточортити* ‘очень надоест’, *достобіса* ‘очень много; в значительной мере’, *обісити; бісовий*, напр.: *Вам уже бісова купа років, ваші діти вже до школи мали би піти* (Карпа); *до чорта, до дідька* ‘очень много’. Ориентированы на образ благой силы при выражении интенсивности слова укр. *божественний, божевільний* ‘очень большой, чрезмерный’: *Весь цей божевільний обвал текстів <...> він сприймав як цілісний потік украй необхідної інформації* (Брыных); *обожнювати* ‘очень любить’: *обожнюєш музику?*; *добрий* ‘значительный по размеру, объему, количеству, степени проявления, силы’, *добре* ‘очень, весьма’; *на пречудо* ‘необыкновенно’. Интересны в этом отношении особенности перевода некоторых конструкций со значением интенсивности по словарю С. Караванского [3, с. 163]: рус. *крайний* (эгоист) – укр. *не-дай-Господи-який*, рус. *крайне капризный* — укр. *не доведи Господи який вередливий*. Отметим и фразеологизмы, коррелирующие с образом благой высшей силы, – *Бог знає (зна) як* ‘очень (сильно), много, хорошо’: *Тільки що підійшов [Левко], боячись Бог знає як* (Квитка-Основьяненко).

В английском языке также наблюдаем соотносимость значения интенсивности проявления и именованной сил – благой: *divine* ‘божественный’: *tasted divine* ‘очень вкусно’; *celestial* ‘небесный, божественный’: *the celestial beauty of music* ‘неземная красота музыки’; и силы нечистой: *devilish* ‘дьявольский’: *in a devilish hurry* ‘дьявольски (очень) спешить’, *devilish funny / nice / cold* ‘дьявольски смешно / хорошо / холодно’, *devilishly* ‘дьявольски’: *their music is devilishly difficult* ‘их музыка дьявольски (невероятно) сложная’; *infernal* ‘адский’: *infernal bore* ‘букв. адская скука’; *hell* ‘ад’: *a hell of a way* ‘адски далеко’, *tired as hell* ‘адски уставший’; *like hell* ‘адски, очень сильно’: *It's raining like hell, he said <...>* ‘Адский дождь, – сказал он’; *give smb. hell* ‘задать жару (букв. дать ада); сильно болеть (о

голове, руке, ноге)’, *I was dog-tired and my leg was giving me hell* ‘Я очень устал и ранена нога неистово ныла’, *beat hell out of smb.* ‘сильно побить’.

Использование наименований сил благой и нечистой в качестве интенсификаторов или со значением большого количества чего-либо связываем с представлениями человека о непостижимости высших сил, ощущениях максимального восторга, восхищения или страха перед ними. В интенсификаторах именно эти субъективные ощущения выходят на первый план. Заметим, что Н. Б. Шипунова [6, с. 156] определяет интенсификаторы как семантически неполнозначные слова, для которых характерно преобладание эмоционального, усилительного значения над семантическим. Согласно Н. А. Луценко [4, с. 37–38], тип семантики определяется реализацией в структуре события и / или в структуре повествования определенной – или какой-либо (в комбинации) из позиций: 1) активной (если речь идет о субъекте, – деятеле), инактивной (недеятели или, что не то же самое, наблюдателя) и др. Н. А. Луценко отмечает, что механизм конструирования языковой семантики важен для решения спорных концептуальных проблем, а также понимания тех преобразований, которые происходят в узусе.

Предполагаем, что отмеченное Н. Б. Шипуновой преобладание определяется позицией говорящего-недеятеля (мысленное дистанцирование сообщаемого как необходимое условие для его оценивания). Проанализированные случаи использования наименований силы благой и силы нечистой в роли интенсификаторов характерны для разговорного, просторечного стиля, говорящий отдален от их церковного значения. Перспективным считаем изучение выражения интенсификаторности наименованиями сил благой и нечистой на материале других языков.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Берестнев Г. И. Образы множественности и образ множественности в русском языковом сознании / Г. И. Берестнев. – Вопросы языкознания. – 1999. – № 6. – С. 83–99.
2. Ермакова О. П. Переход качества в количество (о природе интенсификаторов) // Логический анализ языка. Квантификативный аспект языка / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова. – М. : Индрик, 2005. – С. 272–279.
3. Караванський С. Російсько-український словник складної лексики / С. Караванський. – Львів : БаК, 2006. – XIV + 562 с.
4. Луценко, Н. А. Грамматические категории в системе и узусе (глагол и имя) / Н. А. Луценко. – Донецк : ДонНУ, 2003. – 202 с.
5. Родионова С. Е. Семантика интенсификаторности и ее выражение в современном русском языке / С. Е. Родионова // Проблемы функциональной грамматики. Полевые структуры / Отв. ред. А. В. Бондарко. – СПб. : Наука, 2005. – С. 150–168.
6. Шипунова Н. Б. К проблеме семантического значения интенсификаторов // Логико-семантическая структура текста: межвуз. сб. науч. тр. – М., 1990. – С. 151–157.

ГОО ВПО «Донецкий институт физической культуры и спорта»

Титаренко Эльвира Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры спортивных единоборств

Донецк

E-mail: elgol@ukr.net

## ОБРАЗЫ СЕВЕРА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ЖИВОЙ РЕЧИ НОСИТЕЛЕЙ ЯЗЫКА<sup>1</sup>

*Сироткина Т. А.*

*доктор филологических наук, доцент*

*Сургутский государственный педагогический университет*

*Сургут, Россия*

*E-mail: sirotkina71@mail.ru*

Материалом для описания образа определенного региона могут являться самые различные тексты, однако, как справедливо отмечают лингвисты, весьма показательной в этом отношении является именно диалектная речь. Исследование, проведенное на материале текстов словаря «Русское слово на земле Югорской», показало, что в записях живой речи носителей языка ярко репрезентируются такие черты региональной идентичности жителей Севера Западной Сибири, как хорошее знание природы региона, способов выживания в тяжелых климатических условиях, традиционных местных промыслов.

**Ключевые слова:** Север Западной Сибири, образ региона, диалектная речь.

The material for describing the image of a particular region can be a variety of texts, however, as linguists rightly point out, it is dialect speech that is very indicative in this regard. A study conducted on the material of the texts of the dictionary “The Russian Word on the Land of Yugorskaya” showed that such recordings of the regional identity of the inhabitants of the North of Western Siberia as a good knowledge of the nature of the region, ways of surviving in difficult climatic conditions, traditional local crafts.

**Key words:** North of Western Siberia, image of the region, dialect speech.

В последнее время, в связи с усилением процессов глобализации и интеграции, актуальным является исследование проблем региональной идентичности – «системной совокупности культурных отношений, связанных с понятием «малая родина» [4, с. 13]. Материалом для анализа феномена региональной идентичности могут являться самые различные тексты, однако, как справедливо отмечают лингвисты, весьма показательной в этом отношении является именно диалектная речь.

Исследования, посвященные изучению региональной идентичности жителей Севера Западной Сибири, очень немногочисленны, как немногочисленны и источники диалектного материала, на котором может строиться описание региональной идентичности жителей региона. Это «Словарь русских старожильческих говоров средней части бассейна реки Оби» в трех томах (Томск, 1964 – 1967) под ред. В.В. Палагиной, «Мотивационный диалектный словарь (говоры Среднего Приобья)» под ред. О.И. Блиновой (Томск, 1982. Т.1; Томск, 1983. Т.2), «Полный словарь

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 18-412-86002 «Образы Сибири в разных типах дискурса»).

сибирского говора» в четырех томах под ред. О.И. Блиновой (Томск, 1992 – 1995), «Материалы для областного словаря (специальная лексика северных районов Тюменской области в 4-х тт.) А.М. Кошкаревой и некоторые другие.

Наше исследование осуществлялось на материале сравнительно нового лексикографического источника – книги «Русское слово на земле Югорской (опыт словаря старожильческих говоров Обь-Иртышского Междуречья» (Ханты-Мансийск, 2014, 290 с.). Данный словарь состоит из трех частей, созданных разными авторами. Первая часть составлена научными сотрудниками, доцентами А.А. Пыхтеевой и Ю.В. Исламовой. Вторая часть – словарь-воспоминание В.К. Белобородова «Слово за слово» - вошла в издание в редакции автора. Третья часть – предпринятая Ю.В. Катерминой попытка составить словарь диалектных слов колоритного произведения местного писателя Ф. Кабарина «Самарьяне».

Наши наблюдения показали, что образ Севера Западной Сибири репрезентируется в текстах диалектной речи прежде всего через образ жителей данной местности, их занятия, промыслы, традиции. И это не случайно. Как отмечают исследователи, «диалектоносителям мир представляется более вещным, чем носителям литературного языка» [2, с. 6]. Названия людей по роду деятельности отражают такие аспекты жизни социума, как выпас скота и птицы («*Гусевальщик*, это на охоте когда, выпускает звуки гусиные», с. 34), ловля рыбы («На берегу, когда стрежовой невод везут, поддерживают крыло невода. Специально *мётчик* бросает невод в воду», с. 62).

В речи носителей языка представлены традиционные занятия жителей региона, позволяющие им выжить в суровых северных условиях. Так, например, многие мужчины *белковали* – охотились на белку: «Муж мой охотился на белок, белковал с ноября месяца»; «Белковать – бить белку. Так стреляют, чтобы шкуру не попортить» (с. 16). О том, что пушной промысел на Тобольском Севере был одним из неперенных условий существования, свидетельствуют и наблюдения историков. По словам Е.И. Гололобова, в 20-е гг. XX в. «продовольствие и необходимые промышленные товары на севере обменивались исключительно на пушнину, пушниной же выплачивалось жалованье совслужащим, взимались налоги и разверстка» [1].

Еще один аспект отражения образа региона – репрезентация сибирской флоры и фауны. Будучи тесно связанными с лесом, жители Сибири хорошо знают растения тайги, животных и птиц, обитающих в ней: «В лесу птица есть такая, белая дикая гусыня, называют *белозобая казарка*» (с. 16).

Не менее показателен образ географического пространства Севера Западной Сибири. Умение ориентироваться в этом пространстве связано не только с природным чутьем, но и со знанием особенностей отдельных географических объектов. Поэтому чаще всего местные топонимы получают свои названия по каким-либо индивидуальным особенностям: «по конфигурации объекта (Наисуган – парная речка)», по характеру почвы (Кыш-Юган – «песок-река»), по физическому состоянию (Потым – «холодная

речка»), по его местоположению в пространстве относительно другого объекта или его части (Вершинские юрты, Березовский уезд)» [3, с. 54]. Интересно то, что словарь «Русское слово...» включает, наряду с нарицательной лексикой говоров Обь-Иртышского Междуречья, и некоторые топонимы, встречающиеся в речи информантов, на примере которых мы можем наблюдать, например, традицию именования объекта по связи с человеком: «До сих пор называются Васины озера» (с. 25). Кроме того, жители определенной местности получают оттопонимные коллективные прозвища (*залетние* – люди, живущие за рекой Летняя): «А за рекой залетние живут, дорогу размыло грязью там, как пройдете через мост, не знаю» (с. 42).

Важным условием выживания человека на севере являются наблюдения за погодой. Диалектоносителям важны любые приметы погоды, буквально то, откуда дует ветер, поэтому они знают не только направления, но и названия ветров: «Зимой холод *борей* с севера приносит: как начнет дуть, и без перебоя три-четыре дня» (с. 20).

Еще одним необходимым условием существования в имеющихся условиях является изготовление соответствующей климату одежды и обуви. Именно поэтому в речи жителей региона так многочисленна данная тематическая группа лексики. Лексемы, составляющие ее, называют: теплую зимнюю одежду: «*Борщак* – это типа шубы такой. Одежда это зимняя» (с. 21); «*Кенчики* из шкур шьют, вместо носков, чтобы тепло было» (с. 50); одежду и обувь для охоты и рыбалки: «Мужики к нас в деревне все в таких сапогах ходят, кожаные снизу и меховые сверху. Оденем *бродни*, сапоги такие для рыбалки, и вперед, хоть по воде ходи» (с. 23); «Самая теплая обувь-то была – *бурки*, были они только у охотников» (с. 24); «На рыбалку надевали *ватники*» (с. 25); национальную одежду и обувь: «Тебе еще слово скажу хантыйское, ты его не знаешь. Ичики – это вот такая обувь женская высокая. Она из оленьей шкуры делается (с. 47).

Наряду с рассмотренной группой лексики, широко представлена в речи носителей говоров группа лексем, называющих различные приспособления для охотников и рыболовов. Использовались жителями региона ловушки на зверя и птицу, приспособления для зимней и летней рыбалки: «Из конских волос делат *плёнки*, куропаток ловить, *кулёмки* на белку, на куницу, на соболя, *майна* – лунка для подводного лова» (с. 55); «На *манчики* утки сразу прилетят» (с. 61); «Лед из лунки черпали *зюзьгой*. Зюзьгу еще зовут сак» (с. 36)» «*Морды* делали из дерева или из реек... Морда – это то же самое, что и фитиль, только плетется из тонких прутиков» (с. 63).

Средством передвижения по большим и малым северным рекам служили и до сих пор служат самые различные лодки. Используя в речи лексемы, называющие лодки, носители языка отмечают взаимосвязь национальных традиций в изготовлении одного и того же предмета («*Бударка* – деревянная лодочка, как *долблёночка* хантыйская», с. 24), описывают материал, из которого они изготавливались («*Долблёнка-осиновка* – из осины», с. 35), а также способ изготовления и особенности

передвижения на них («Калданка – маленькая лодочка. Она не сколачивается из досок, а выдалбливается. Одно весло, на ней нужен навык серьезный, а то махом с нее...», с. 48).

Наряду с рыболовством и охотой, местные жители всегда занимались собирательством. Собранные ягоды и цветы служат и для употребления в пищу, и для лечения: «*Голубица* – ягода такая лесная, но больше всего по краям болот» (с. 32), «*Дочку девесилом* пою – простыла. Лечебная трава от кашля» (с. 35).

Традиционная пища жителей Севера Западной Сибири, как и пища жителей других регионов, включала различные блюда из крупы («Болтушка пожиже, а заваруха погуще, с. 41), мучные изделия («Курник с картошки делают и много лука добавляют. Картошки мелко порежут, закрывается посередине, лук кольцами, закрывается, чтобы воздух попадал, делают дырочку в тесте посередине», с. 56).

Наконец, необходимо отметить, что традиционно исследуемый регион считается регионов нефте- и газодобычи. Однако в рассказах жителей Югры встречаются и упоминания о добыче соли: «Вот раньше подрабатывали – соль таскали. А мешки таскать неудобно же. Поэтому одевали горбушу. А горбуша – это небольшой ящик на спине с ляжками. Когда к месту подходишь, дергали веревку и соль из днища высыпалась» (с. 33).

Таким образом, в записях живой речи носителей языка ярко репрезентируются такие черты региональной идентичности жителей Севера Западной Сибири, как хорошее знание природы региона, способов выживания в тяжелых климатических условиях, традиционных местных промыслов. Исследование таких текстов в комплексе с другими источниками (научными, художественными, публицистическими) позволит описать образ данного региона более полно и репрезентативно.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гололобов, Е.И. Пушной промысел в системе хозяйства Тобольского Севера в 20-е гг. XX в. / Е.И. Гололобов // Сибирская Заимка: История Сибири в научных публикациях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [zaimka.ru / gololobov-pushnoy-promysel](http://zaimka.ru/gololobov-pushnoy-promysel) [Дата обращения: 17.08.18].
2. Демидова, К.И. Диалектная лексика как источник изучения диалектной языковой картины мира в психолингвистическом аспекте / К.И. Демидова // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. – 2011. - № 22. – С. 6 – 9.
3. Исламова, Ю.В. Монография А.А. Дунина-Горкавича «Тобольский Север» как источник топонимической информации / Ю.В. Исламова // Вестник угроведения. – 2014. - № 4 (19). – С. 53 – 56.
4. Крылов, М.П. Региональная идентичность в историческом ядре европейской России / М.П. Крылов // Социологические исследования. – 2005. - № 3. – С. 13 – 23.

*Сургутский государственный педагогический университет  
Сургут, Россия*

*Сироткина Татьяна Александровна, доктор филологических наук, доцент, доцент  
кафедры филологического образования и журналистики  
E-mail: [sirotkina71@mail.ru](mailto:sirotkina71@mail.ru)*

**ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА РУССКО-  
ФРАНЦУЗСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ,  
ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ**

*Каика Н. Е.*

*кандидат филологических наук, доцент  
Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: natalyakaika@mail.ru*

Выявлена фразеосемантическая группа русско-французских фразеологических эквивалентов, характеризующих употребление алкоголя. Рассмотрена фразеосемантическая специфика названных фразеологических эквивалентов. Фразеологические эквиваленты анализируемой группы представлены как часть общего фонда русской и французской фразеологии.

**Ключевые слова:** русско-французские фразеологические эквиваленты, характеризующие употребление алкоголя, фразеосемантическая группа, общий русско-французский фразеологический фонд.

**PHRASEOSEMANTIC SPECIFICITY OF RUSSIAN-FRENCH PHRASEOLOGICAL  
EQUIVALENTS, CHARACTERIZING ALCOHOL CONSUMPTION**

*Kaika N. Ye.*

A phraseosemantic group of Russian-French phraseological equivalents, characterizing alcohol consumption, has been revealed. Phraseosemantic specificity of the named phraseological equivalents has been considered. Phraseological equivalents of the analyzed group have been represented as part of the common fund of Russian and French phraseology.

**Keywords:** Russian-French phraseological equivalents, characterizing alcohol consumption, phraseosemantic group, common Russian-French phraseological found.

*Введение.* В фокусе современной антропологической лингвистики находится суперконцепт «Человек». Фразеология, по справедливому утверждению, В. Н. Телии, - один из самых «антропоемких» разделов науки о языке [8, с. 92].

*Постановка проблемы.* Фразеологизмы отражают жизнедеятельность человека во всех ее проявлениях. Лексико-семантические особенности фразеологических единиц (ФЕ) любого языка обуславливаются его лексической системой, историей языка и общества, культурой, нравами, обычаями, психологией народа, говорящего на данном языке, и пр. Наряду с национальными особенностями во фразеологии любого языка отражаются и общечеловеческие понятия: жизнедеятельность человека, его способность к образному мышлению и эмоционально-критическому восприятию окружающего мира. Точки соприкосновения во фразеологии различных языков обнаруживаются, прежде всего, в семантической структуре ФЕ. Поэтому наиболее «перспективными» в плане выявления межъязыковой

фразеологической общности являются те фразеологические пласты, которые связаны с объективацией общечеловеческих свойств, понятий, ценностей, потребностей, мотиваций, поведенческих характеристик, в том числе девиантного поведения, в частности, связанного с употреблением алкоголя.

В современной научной литературе малочисленны диссертационные исследования, посвященные лингвистическому описанию сферы употребления спиртных напитков (Е. Ю. Долгова) [4], (А. Б. Антонова) [1], (П. Г. Логинова) [6]. В отдельных статьях рассматриваются проблемы изучения концепта «Питие» (А. Г. Бойченко) [2, 3], фразеологической маркированности последствий, вызванных употреблением алкоголя (В. Л. Полищук) [7] и др. Между тем, как справедливо отмечает, Е. Ю. Долгова, «монографических исследований, посвященных системному полевому изучению языкового материала, наиболее полным образом охватывающего тему употребления алкоголя, в современной отечественной лингвистике нет» [4], что обуславливает актуальность темы.

*Цель исследования* – выявить фразеосемантическую группу русско-французских фразеологических эквивалентов (РФФЭ), характеризующих употребление алкоголя, описать их фразеосемантическую специфику, обосновать фразеологические эквиваленты анализируемой группы как часть общего фонда русской и французской фразеологии.

*Изложение основного материала.* Изучение фактического материала - около 16000 русских фразеологизмов и более 23000 французских фразеологизмов [5] – позволило выявить фразеосемантическую группу русско-французских фразеологических эквивалентов<sup>2</sup> (84 РФФЭ), репрезентирующих употребление алкоголя.

Фразеосемантический анализ, определение параметрических характеристик и систематизация коррелятов данной группы РФФЭ дали возможность выделить такие подгруппы РФФЭ:

1. РФФЭ, выражающие отрицательную характеристику человека, злоупотребляющего спиртными напитками (*беспробудный пьяница*. – **1. buveur (m) endurci; 2. buveur (m) invétéré; 3. ivrogne (m) invétéré; 4. sac (m) à vin; горький пьяница** (1. О том, кто постоянно и много пьёт спиртного из-за душевных страданий. 2. О неисправимом пьянице). – **1. ivrogne (f) de tristesse; 2. ivrogne (m) invétéré; 3. buveur (m) invétéré; 4. ivrogne (m) impénitent; 5. buveur (m) impénitent**). РФФЭ этой группы представлены преимущественно адъективными ФЕ.

Попутно отметим, что в нашей выборке присутствуют единичные примеры РФФЭ, характеризующие человека, не употребляющего спиртные напитки (*капли в рот не брать: он капли в рот не берёт*. – **ne pas boire une goutte: il ne boit pas une goutte**). Не выделяем их в отдельную подгруппу, но

---

<sup>2</sup> В работе принято широкое понимание фразеологии (См. Предмет, качественный состав и границы фразеологии [5, с. 17-19]. Понятийно-терминологический аппарат межъязыковой фразеологической эквивалентности [5, с. 19-21]).

подчеркиваем, что эти выражения и РФФЭ первой подгруппы представляют бинарные оппозиции.

2. РФФЭ, выражающие меру употребления спиртных напитков: *опрокинуть стаканчик*. – 1. *s'envoyer un petit verre*; 2. *siffler un verre*; *промочить (прополоснуть) глотку*. – 1. *se laver le gosier*; 2. *se rincer le gosier*; 3. *s'arroser le gosier*; 4. *s'humecter le gosier*; 5. *se jeter une chopine*; 6. *se rincer le goulot*; 7. *s'arroser la dalle*; 8. *en écluser un*.

РФФЭ данной подгруппы также демонстрируют бинарность, поэтому в данной фразеосемантической подгруппе выделяем субподгруппы:

2.1. РФФЭ со значением «употреблять много алкоголя»: *пить мёртвую*. – 1. *boire sans dessoûler*; 2. *boire à tire-larigot*; 3. *avoir une éponge dans le gosier*.

Для этой субподгруппы характерны сравнительные фразеологические обороты (*пить как бочка*; *пить как в бочку лить*; *пить как прорва*. – 1. *boire comme un tonneau*; 2. *boire comme un trou*; 3. *boire comme un évier*; *пить как звонарь*; *пить как сапожник*. – 1. *boire comme un templier*; 2. *boire comme un troupiér*; 3. *boire comme un grenadier*; 4. *boire sec*), построенные по одинаковой структурно-семантической модели.

2.2. РФФЭ со значением «употреблять мало алкоголя»: *промочить горло*. – 1. *arroser la gorge*; 2. *boire un coup*; *выпить рюмочку (стаканчик) (по рюмочке)*. – 1. *boire un coup (un verre)*; 2. *se jeter une chopine*.

2.3. Дихотомия свойственна и РФФЭ, выражающим степень алкогольного опьянения (*быть под градусом*.. – *etre en goguette*; *быть под мухой*. – *etre pompette*), поэтому в данной фразеосемантической подгруппе также выделяем две субподгруппы с соответствующими значениями:

2.3.1. Многочисленными выражениями представлена субподгруппа РФФЭ, отражающих состояние тяжелой степени опьянения: *мертвецки пьяный (пьян) кто-л.* – 1. *ivre mort*; 2. *bourré comme une valise*; 3. *avoir une ivresse blanche: il a une ivresse blanche*; *напиться вдрызг; вдрызг напиться*. – 1. *se soûler comme une vache*; 2. *en prendre une fameuse*; *не стоять на ногах; на ногах не стоять*. – *ne pas tenir d'aplomb sur ses pieds*; *напиться до зелёного змия*. – *voir voler des éléphants roses*; *напиться до положения риз*. – 1. *noyer sa raison dans le vin*; 2. *laisser sa raison dans son verre*; 3. *etre ivre à rouler sous la table*; 4. *se soûler à mort*.

2.3.2. Приблизительно вдвое меньше выражений, репрезентирующих состояние легкого опьянения: *быть навеселе*. – 1. *etre en gaieté*; 2. *etre un peu gai*; 3. *etre un peu allumé*; 4. *etre chaud de vin*; 5. *etre entre deux vins*; 6. *etre éméché*; 7. *etre un peu parti*; 8. *etre dans les vignes [du seigneur]*; 9. *etre en goguette*; 10. *en avoir un coup dans le nez*; 11. *etre pompette*; *быть под хмельком*. – 1. *avoir une pointe de vin*; 2. *etre un peu allumé*; 3. *etre un peu gai*; 4. *etre en goguette*; 5. *en avoir un coup dans le nez*; 6. *etre chaud de vin*; 7. *etre un peu parti*; 8. *etre entre deux vins*; 9. *etre éméché*; 10. *etre dans les vignes [du seigneur]*; 11. *etre pompette*.

3. РФФЭ, характеризующие пагубную привычку злоупотреблять алкоголем: *любить выпить*. – *etre porté sur l'alcool*; *прикладываться к бутылке*. – 1. *cultiver la bouteille*; 2. *etre porté sur la bouteille*; 3. *caresser le flacon*.

4. РФФЭ, объективирующие последствия употребления значительных доз алкоголя: *белая горячка*. – 1. *délire (m) alcoolique*; 2. *délire (m) tremblant*; *быть с похмелья*. – 1. *avoir mal aux cheveux*; 2. *avoir les cheveux malades*; 3. *avoir la casquette en plomb*; 4. *avoir la gueule de bois*; *пропить голос*. – *noyer sa voix dans le vin*; *трубы горят у кого-л.: у него трубы горят*. – *les vaisseaux brûlent à qn: les vaisseaux lui brûlent*.

5. РФФЭ, характеризующие девиантное поведение, обусловленное употреблением спиртных напитков: *беспробудное пьянство*. – 1. *alcoolisme (m) aigu*; 2. *alcoolisme (m) chronique*; *быть в загуле*. – 1. *faire la noce*; 2. *mener une vie orageuse*; 3. *vivre dans la débauche*; *топить / утопить [своё] горе в вине*. – *noyer son chagrin (sa peine) dans l'alcool*.

6. РФФЭ, репрезентирующие традиции, поведенческие стереотипы, связанные с употреблением алкоголя: *выпить / пить на брудершафт с кем-л.* – 1. *boire à la bruderschaft avec qn*; 2. *sceller une amitié en buvant avec qn.*; *выпить на посошок*. – *boire le coup d'étrier*; *пить / выпивать до дна*. – 1. *boire cul sec*; 2. *faire cul sec*.

Русская традиция употребления спиртных напитков нашла отражение во французской фразеологии. Ср.: РФФЭ *пить / выпить по-русски*. – 1. *boire à la russe*. Традиция отмечать какое-л. событие употреблением спиртных напитков отражается и в русских, и во французских коррелятах. Ср.: *это надо обмыть; это надо отметить; это надо sprysнуть*. – 1. *cela s'arrose*; 2. *ça s'arrose*. Традиция договориться, чтобы купить в складчину спиртное и выпить вместе, отражается в РФФЭ *сообразить на троих*. – 1. *s'entendre pour boire «à trois»*; 2. *s'entendre à trois*. И русские, и французские выражения демонстрируют желание людей предаться пьянству, кутежам, организовать весёлое, шумное застолье с обилием спиртных напитков. Ср.: *удариться в загул*. – 1. *faire la noce*; 2. *mener une vie orageuse*; 3. *vivre dans la débauche*; *устроить / устроить попойку (пирушку)*.. – 1. *faire ripaille*; 2. *faire ribote*; 3. *faire une bombe à tout casser*; 4. *faire bombance*.

7. РФФЭ, характеризующие ситуацию употребления алкогольных напитков: *литься рекой: вино лилось рекой; течь рекой: вино течёт рекой*. – *couler à flots: le vin coulait (coule) à flots*; *шампанское лилось рекой*. – *le champagne coulait à flots*. Такие РФФЭ малочисленны.

Отметим, что в качестве лексических компонентов РФФЭ, как правило, не используются названия видов спиртных напитков (водки, вина, шампанского). Исключения составляют некоторые вышеприведенные примеры РФФЭ. Несмотря на то, что вино и шампанское связывают с традициями употребления французами спиртных напитков, а водки – русскими, отсутствие в РФФЭ этих компонентов подчеркивает тот факт, что общий фонд фразеологии сопоставляемых языков составляют

фразеологические корреляты, отражающие универсальные, общечеловеческие характеристики, связанные с процессом употребления алкоголя.

8. РФФЭ, отражающие проявления неконтролируемых действий человека, находящегося в состоянии алкогольного опьянения: *что у трезвого на уме, то у пьяного на языке*. – **1. ce que le sobre tient au cœur est sur la langue du buveur; 2. le vin délie la langue; 3. la vérité se trouve dans les bouchons; выписывать (выделявать) вензеля (кренделя).– 1. faire les «s»; 2. faire des huit; 3. avoir du vent dans les voiles; 4. marcher en zigzaguant; свалиться под стол; валяться под столом. – 1. tomber sous la table; 2. rouler (avoir roulé) sous la table; лыка не вязать: он лыка не вяжет. – 1. avoir la langue mêlée: il a la langue mêlée; 2. avoir les dents mêlées: il a les dents mêlées.**

РФФЭ, репрезентирующие употребление алкоголя, относятся к разговорной речи и просторечию, характеризуются стилистической и эмоционально-оценочной окрашенностью, напр.: *напиться как свинья (груб., прост.)*. – **1. Se soûler comme un cochon; 2. Etre soûl comme un cochon.**

*Заключение.* Фразеосемантический анализ русско-французских фразеологических эквивалентов, характеризующих употребление алкоголя, показывает, что в параметрическом плане РФФЭ демонстрируют в большей мере бинарные характеристики, нежели одновекторные. Значительную часть фразеологических эквивалентов рассматриваемой фразеосемантической группы составляют РФФЭ, характеризующие состояния тяжелой степени опьянения. Также широкий спектр РФФЭ представлен фразеологическими единицами сопоставляемых языков, отражающими традиции, поведенческие стереотипы, связанные с употреблением алкоголя. Не преследуя цель развенчать стереотипы «русские любят выпить», «русские пьют много» и не делая однозначных заключений, все же отметим, что репрезентация фразеологической картины, характеризующей меру употребления спиртных напитков, степень, состояние опьянения и прочие характеристики, представляется общей для русского и французского языков и может в определенной мере пошатнуть устоявшиеся представления.

Общность параметрических признаков сопоставляемых единиц (семантических, стилистических, функциональных, лексических, грамматических), а также параметрических характеристик фразеосемантической группы позволяет считать РФФЭ, репрезентирующие употребление алкоголя, частью общего фонда русской и французской фразеологии.

*Перспективы дальнейших исследований* видятся в изучении РФФЭ, характеризующих употребление алкоголя, в русле семантико-когнитивного подхода к изучению фразеологических единиц сопоставляемых языков.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Антонова, А. Б. Репрезентация концепта DRINKING в современном английском языке : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / А. Б. Антонова; Иркут. гос. лингвистич. ун-т. - Иркутск, 2012. - 19 с.
2. Бойченко, А. Г. Репрезентация концепта «питие» в паремиологическом фонде русского языка как отражение ценностной картины мира русского народа / А. Г. Бойченко // Вестник Читинского государственного университета. – 2009. – № 3 (54). - С. 149-153.
3. Бойченко, А. Г. Афоризмы как индивидуально-авторские интерпретации ценностного компонента структуры концепта «Питие» / А. Г. Бойченко // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. - 2010. – С. 104-108.
4. Долгова, Е. Ю. Лексика и фразеология, связанные со сферой употребления спиртных напитков, в русском языке : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Е. Ю. Долгова; Башкир. гос. ун-т. - Уфа, 2009. - 21 с.
5. Каика, Н. Е., Кофанова, Л. П. Словарь русско-французских фразеологических эквивалентов = Le Dictionnaire des Equivalents phraséologiques russes-français: [16000 русских фразеологизмов и более 23000 французских фразеологических эквивалентов] / Н. Е. Каика, Л. П. Кофанова. - Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2005. – 548 с.
6. Логинова, П. Г. Языковая манифестация лингвокультурного концепта «вино»: фразеологический аспект : на материале французского, итальянского, испанского, английского и русского языков : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.20 / П. Г. Логинова; Рос. ун-т дружбы народов. - Москва, 2017. - 375 с.
7. Поліщук, В. Л. Фразеологічне маркування наслідків, викликаних вживанням алкоголю (на матеріалі німецької, англійської та української мов) / В. Л. Поліщук // Наукові записки. Сер. : Філологічна. – Острог. – 2012. - Вип. 23. - С. 121-123.
8. Телия, В. Н. О лингвокультурологических аспектах исследования семантики фраземных знаков / В. Е. Телия // Фразеология-2000. - Тула, 2000. - С. 90-93.

*Донецкий национальный университет*

*Каика Наталья Евгеньевна*

*кандидат филологических наук, доцент,*

*доцент кафедры мировой и отечественной культуры*

*E-mail: natalyakaika@mail.ru*

## ПРО ОДНУ ОСОБЛИВІСТЬ ІДІОСТИЛЮ Г. КОСИНКИ: СКЛАДНІ СЛОВА / АППОЗИТИВНІ СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ

*Зеніна А. В.*

*кандидат філологічних наук, ст. викладач  
Донецький національний університет,  
Донецьк  
E-mail: anvz@mail.ru*

Стаття посвящена изучению понятия «идиостиль» в современной лингвистике. Выделены его основные параметры в соотношении со смежными понятиями «идиолект» и «индивидуальный стиль». Предложена схема их корреляции. Установлена доминанта идиостиля новеллистики Г. Косынки. Сложные экспрессивные конструкции представлены аппозитивными словосочетаниями и словами, образованными сложением. Отмечено, что субстантивные словосочетания имеют тенденцию лексикализироваться. Прокомментированы такие отдельные случаи словосложения, как редупликация и амплификация. Сложные слова-композиции в идиостиле писателя представлены только качественными лексемами колоративной семантики.

**Ключевые слова:** амплификация, аппозитивные словосочетания, идиостиль, идиолект, редупликация, сложные слова.

### ABOUT ONE OF THE FEATURES OF G. KOSYNKA'S IDIOSTYLE: COMPOUND WORDS / APPOSITIVE PHRASES

*Zenina A. V.*

The article is devoted to the study of the concept of «idiostyle» in modern linguistics. Its main parameters are distinguished in relation to the related concepts of «idiolect» and «individual style». The scheme of their correlation is proposed. The dominant of the idiostyle of G. Kosynka's short story is emphasized. Complex expressive constructions are represented by appositive phrases and compound words. It is noted that substantive phrases tend to be lexicalized. Such individual cases of composition formulation, as reduplication and amplification are commented. Complex words-composites in the writer's idiostyle are represented only by qualitative words with color semantics.

**Keywords:** amplification, appositive phrases, idiostyle, idiolect, reduplication, compound words.

На сучасному етапі лінгвістичних студій поняття ідіостилю, а значить мовно-виражальної своєрідності творчості певного митця слова, актуалізується в кількох площинах. Дослідження мовотворчості письменників важливе в аспекті становлення і розвитку літературної мови. Як наслідок, утверджується естетичний потенціал мови в художньому стилі, ширше – художньому дискурсі. У межах соціолінгвістичного підходу ідіостиль розглядається на рівні із суміжними поняттями «ідіолект», «індивідуальний стиль». Крім того, наразі можна говорити про постання індивідуальних мовних картин світу, що потрапляє в коло зацікавлень когнітивної лінгвістики.

Вивченню індивідуального стилю засобами мови творів присвятили свої праці В.В. Виноградов, С.Я. Єрмоленко, Л.І. Мацько, Л.О. Ставицька та

ін. Внесок конкретних письменників в розбудову художнього стилю української літературної мови починає досліджуватися з 50-60-х років ХХ ст., часу постання української лінгвостилістики, що активно триває й нині. На особливу увагу заслуговує мовний аспект творчості яскравого представника доби «розстріляного відродження» Г. Косинки. Зокрема, автором літературно-критичного нарису доробку Григорія Косинки є М.К. Наєнко. Проблемою поезики української малої прози початку ХХ ст. і новелістики письменника займалася Л.І. Кавун [6]. Структурно-функціональний аспект мови новел Г. Косинки розглядала М.В. Сапун, зосередившись переважно на концептуальних образах і структурних моделях авторських метафор [11]. Водночас така показова особливість ідіостилу митця, як функціонування складних номінацій, що формально перебувають на межі мовних рівнів – тут маємо на увазі складні слова і аппозитивні словосполучення – залишається досі не проаналізованою. Цим пояснюємо **актуальність** розробки обраної теми.

У пропонованій статті ставимо за **мету** покваліфікувати складні конструкції в мовній тканині новелістики Г. Косинки щодо їх рівневої належності, у такий спосіб визначивши домінуючу ознаку ідіостилу письменника.

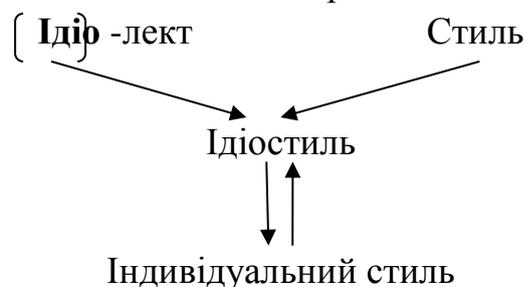
Поняття про ідіостиль і його репрезентанти на сучасному зрізі розвитку мови виокремлюється за рахунок протиставлення загального індивідуальному, одиничному [4]. Загальноживана мова, засобами якої послуговується автор для втілення творчого задуму, виконує функцію тієї бази, що водночас не виключає можливості пошуку нових виражальних форм. Оригінальне бачення, сприйняття, часом навіть переживання пересічних предметів, явищ, процесів і світу загалом має наслідком продукування унікальних мовних засобів (оказіоналізмів) або незвичне комбінування вже наявних. Наприклад, Н.С. Болотнова описує ідіостиль через систему асоціативно-смислових полів, які характеризують когнітивний рівень мовної особистості автора [1]. Натомість У. Фаулер пропонує використовувати поняття «когнітивний стиль» – «відображення характерного способу засвоєння та розуміння світу, яке автор утілює у тексті» (за [2, с. 24]). Отже, саме в результаті активної взаємодії мови і мислення, на наше переконання, і витворюється ідіостиль письменника.

У цьому контексті Л.І. Мацько говорить про «*прорив* мовних особливостей індивіда через поширену і панівну типову форму мовлення», і, що тільки «найталановитішим вдається *прорвати коло загальноприйнятої обов'язковості* і явити світу мистецтво свого слова» [14, с. 164, 166] (курсив наш). Постання власного ідіостилу зумовлено чинниками двох типів: суб'єктивно-психологічними і соціолінгвістичними. Це самоідентифікація автора, акумулювання особистих якостей задля вироблення власної стилістичної системи в певний культурно-історичний період; естетичні орієнтири епохи, мовна мода, актуальний стан літературної мови й красного

письменства. Усі названі чинники доводять соціолінгвістичну зумовленість творчих пошуків.

Не можна оминати той факт, що із терміном *ідіостиль* в науковій літературі функціонує інший власне соціолінгвістичний – *ідіолект*. Одні мовознавці кваліфікують їх як синоніми [4; 14], розширюючи цей ряд терміном *індивідуальний стиль*. В інших студіях підкреслюється ієрархічність цих понять [3; 9; 13]. Повсякчас між термінами *ідіостиль* та *ідіолект* існує принципова різниця. *Ідіолект* (термін соціолінгвістики) – це сукупність специфічних ознак, які маркують мовлення конкретного індивіда; таке мовлення, закріплене на письмі, стає *ідіостилем* (царина стилістики).

За робоче ми приймаємо визначення *ідіостилю*, запропоноване Л.О. Ставицькою: «*Ідіостиль* – це індивідуальний стиль, сукупність основних стильових особливостей, які характеризують твори того чи того автора у певний період або всю його творчість. ... включаючи в себе *ідіолект*, [*ідіостиль*] виявляється у мовній і комунікативній компетенції, усвідомленому виборі засобів спілкування, мовному чутті і смаку» [13, с. 9]. Спробуємо подати співвідношення цих термінів схематично:



Компонент *ідіо-* вказує на соціолінгвістичну складову *ідіостиля*, що зобов'язує враховувати хронологічні параметри творчості письменника, феномен його мовної пам'яті, соціальне середовище. Термін *індивідуальний стиль*, натомість, позбавлений такої маркованості, тому може виступати його синонімом. Отже, *ідіостиль* письменника, на думку дослідниці, ширший за його *ідіолект* (що видно зі схеми), перше охоплює друге [13, с. 8].

Постать Григорія Косинки (Григорій Стрілець) в літературі 20-х років ХХ ст. цікава для сучасності своєю непересічною мовною індивідуальністю. Створювана ним мовна картина світу ввібрала найкраще з попередньої традиції імпресіонізму (С. Васильченко, М. Коцюбинський, В. Стефаник) і через імпресіоністичний романтизм активно живилася духом психологічного реалізму (В. Підмогильний, Гео Шкурупій та ін.).

Романтична налаштованість автора на світанку його творчості відобразилася й на виборі псевдоніму. «Косинка» – так він підписав у 1919 р. свій перший твір, автобіографічний етюд «На буряки». У народі червоними косинцями називається польова квітка, «мало відома, але така ніжна й красива, скромна і разом з тим велична» [8].

Слід зазначити, що Г. Косинка часто зображує людину в її конфлікті із суспільством, а також реалії нічим не прикритої жорсткої об'єктивної дійсності. Однак саме імпресіонізм вважається «стійким» елементом творчого стилю письменника, який виявляється на мовнопоетичному рівні

навіть у конкретно-реалістичних новелах – митець дотримувався «принципу «моменталізму», тобто намагався закріпити в словах, звуках, кольорах, миттєвий психологічний стан, картину, епізод» [6, с. 8-9].

Власний асоціативний ряд письменник фіксує в складних номінаціях. Проведене дослідження спирається на мовний матеріал 33 новел письменника [7], звідки загалом було виділено 146 одиниць відповідної структури, що закріплені за трьома номінативними класами (про номінативний принцип класифікації лексики див. [5, с. 99]).

Номінативний клас предметностей (59 назв) представлений моделлю «іменник<sub>1</sub> + іменник<sub>2</sub>», в якій обидва компоненти узгоджені в числі й відмінку. У такому випадку говорять про аппозитивне словосполучення як різновид атрибутивного [10]. Перший компонент є означуваним словом, а другий – означальним, тобто прикладкою. Означуване слово виражає в реченні відому інформацію, а прикладка виступає носієм нової інформації: *країна-сусідка, дід-пасічник, дід-сторож, Сенька-кулеметник, кладе до торби-рукава, солдати-вартові, голяр-єврей, Миколай-угодник, Варвара-великомучениця, письменники-естети, ой братику-соколику, сестра-десятилітка, солдат-поляк, наймит-поденицьк, дині-дубівки, робітник-китаєць, жінка-старчиха, євреї-арештанти, панове-молодці, панночко-голубочко, дочко-голубочко, руками-гіллям, пісня-колядка, жінок-кавалеристів* та ін. Наведені словосполучення засновані на підрядному зв'язку.

Лише поодинокі приклади доводять, що можливе розташування означуваного й на другому місці: *подивилась на свою бранку-кофту, печериці-хати, видно невдаху-косаря, красу-сонце, масло-дівчинка*.

Окрему групу аппозитивних словосполучень становлять синтаксичні одиниці, засновані на рівноправності компонентів, що експлікує між ними зв'язок сурядності. Т.М. Молошна називає їх парними [10, с. 43]. Нижче наведемо приклади словосполучень, побудованих на синонімічних / тавтологічних відношеннях між компонентами: *туман-мряка, дощем-негодою побиті, кров-душа, криком-зиком, стіною-муром налягає, розсипалось кульками-намистом, блиском-огнем, у Бога-спасителя, спасителя-христа, судариня-бариня, правду-матку, по гудзиках-клапанах*.

Аналізовані одиниці варто відрізнити від структурно подібних мовних одиниць – складних слів. На відміну від аппозитивних словосполучень вони характеризуються цільнооформленістю (цей критерій запропонував О.І. Смирницький), тобто незмінюваністю їхнього першого компонента. Крім того, у складних словах означуваний компонент чітко фіксований на другому місці, а перший (часто власна назва) перестає відмінюватися: *Дівич-гора, Збруч-ріка, Байкал-озеро, Гордин-гора*. На лексикалізацію компонентів словосполучення також впливає родова належність першого – це має бути іменник середнього роду на -о/-е. Таке закінчення формально збігається зі сполучним голосним у складних словах композитного типу: *горе-журба*.

Квалітативні слова-назви якостей складають достатньо чисельну групу у кількості 53 одиниць. Прикметники, утворені основоскладанням за участю єднального голосного *-о-*, передають значення відтінків (38 виявів). Г. Косинка малює картини життя в переважно темних, важких тонах, які відображають внутрішній світ і зовнішнє оточення персонажів, їхню долю, безвихідь, неможливість подолати обставини: це чорний, синій, сірій кольори в різних варіаціях і особливо сизий – «темно-сірий з синюватим полиском». Увиразнено в текстах новел проступає жовтий колір як символ журби, безрідності. Наприклад: *чорно-жовті ікла, сизо-жовтий туман, сизо-чорний дим, чорно-біласті собаки, сіро-чорна смуга, зелено-сизим листом, чорно-малиновими краями плаща, синьо-білі обличчя, темно-сині силуети, блідо-сизий Рудик, сизо-вороні гриви, чорно-зелена фарба, сизо-синій димок, чорно-червоними мережками, синьо-зеленими рейками, чорно-блискучий браунінг, жовто-сіра сорочка*.

Достатньо ємним є атрибутивне вираження лексико-семантичного поля вогню: *червоно-жовтими язиками іскри, червоно-сизим полум'ям, зелено-червоні огники семафора, багряно-радісними стрілами, золото-сині огні, криваво-огненний диск сонця, червоно-жовта заполоч, криваво-чорні літери*.

Часто письменник ніби навмисно не уникає типових означень (*чорно-синій олівець*) й активно створює персоніфіковані образи (*сіро-жорстокий шматочок власного життя, чорно-сиві степи, сиво-біле обличчя*).

Певною мірою до складання наближається таке фонеморфологічне явище, як редуплікація. Е. Сепір стверджував, що «немає нічого більш природного, ніж факт широкого розповсюдження редуплікації» [12, с. 82]. Традиційно редуплікацію розглядають як продуктивний спосіб утворення ідіофонів, звуконаслідувальних слів різних лексико-граматичних класів за рахунок подвоєння початкових звуків, складів. Як стилістичний прийом експресивна редуплікація постає в результаті повтору цілого слова. Наприклад, редуплікація прикметників в ідіостилі Г. Косинки (15 одиниць) передає найвищий ступінь вияву якості: *гаряча-гаряча кров, сіре-сіре полотно, білі-білі крила, рясні-рясні / дрібно-дрібно сльози, густий-густиий ліс, став чорний-чорний, ніжні-ніжні слова, зажурені-зажурені хати*.

Лексичне значення інтенсивності дії та її ознаки актуалізується засобами повтору дієслів (*хвилюють-хвилюють дрібненькі почуття* – іронічно; *дід слухав-слухав; сама (дочка) плакала-плакала; сірі німі стіни – давлять-давлять* – персоніфіковано) і прислівників відповідно (*гірко-гірко заплакала; низько-низько насунув на очі кубанку; сіро-сіро закурилась дощем вулиця; вимовляла дрібно-дрібно; глухо-глухо, ніби в діжку, говорив; низько-низько-клекотіли журавлі; глибоко-глибоко заховано ненависть*). Вербальних повторів наразі виявлено 6 прикладів, адвербіальних – 15.

Складні форми дієслів (6 одиниць) у новелістиці письменника маркують прийом ампліфікації, «художнього нагромадження однорідних мовних засобів» [5, с. 143] задля наповнення слова експресією, пафосом, адже саме цього вимагав жанр новели. Наприклад, *Сміялися-танцювали, а*

*молода плакала: вийшла заміж – та після вінця; Сонце освітило-приголубило нужденних і злих старців.* На думку В.В. Жайворонка, ампліфікація – це фігура стилістичного синтаксису, коли... морфологічні дієслівні ампліфіковані структури накладаються на синтаксичну будову творів письменника [5]. Структури з двох особових дієслів типу *гукає-сміється, плаче-заливається, плаче-тужить, промовляли-приказували* легко розкладаються, утворюючи парний присудок, до складу якого входить частка *аж*: *гукає аж сміється, плаче аж заливається*. Другий компонент разом із службовим словом виражає високу міру дії, названої першим дієсловом.

Квантитативні слова – сполучення двох числівників (7 одиниць) передають значення неточної, приблизної кількості перелічуваних предметів: *дві-три книжки, вісім-десять душ / тридцять-сорок душ, п'ять-шість хат, по три-чотири снопи* та ін.

Отже, ідіостиль письменника формується на основі оригінального і нетипового бачення світу. Його важливим складником вважається ідіолект, соціально зумовлений тип мовлення. Ідіостиль новелістики Г. Косинки має риси імпресіоністичного романтизму, що на мовному рівні виражається в побутуванні складних експресивних конструкцій. Аппозитивні словосполученні прикладного типу мають тенденцію лексикалізуватися. Новоутворені складні слова, представлені усіма базовими номінативними класами. Окремим їх різновидом є такі, що побудовані на повторі (редуплікації) й ампліфікації. Перспективою подальших досліджень є вивчення парадигматичних відношень в межах іменних і дієслівних лексикограматичних розрядів як маркерів ідіостилю Г. Косинки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста / Н. С. Болотнова. – М. : ФЛИНТА: НАУКА, 2009. – 520 с.
2. Брославська Л. Я. Ідіостиль і концептуальна ідіосфера автора у художньому дискурсі // Л. Я. Брославська, І. С. Шевченко Вісник ХНУ. – 2012. – № 1003. – С. 22-27.
3. Виноградов В. В. О теории художественной речи / В. В. Виноградов. – М. : Высшая школа, 1971. – 240 с.
4. Єрмоленко С. Я. Стиль індивідуальний / С. Я. Єрмоленко // Українська мова: Енциклопедія / Редкол. Русанівський, В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Видавництво «Українська енциклопедія» імені М. П. Бажана, 2004. – С. 653.
5. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика: Нариси / В. В. Жайворонок. – К. : Довіра, 2007. – 262 с.
6. Кавун Л. І. Новелістика Г. Косинки і проблема поезики української малої прози 20-30-х років ХХ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук (10.01.01) / Л. І. Кавун. – К., 1995. – 24 с.
7. Косинка Г. В житах / Г. Косинка / Упорядкув. текстів, передм., прим. Ю. Колеснікової. – К. : Школа, 2007. – 303 с.
8. Косинка Григорій Михайлович. – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 27.02.2019)
9. Леденева В. В. Идиостиль (к уточнению понятия) / В. В. Леденева // Филологические науки. – 2001. – № 5. – С. 36-41.

10. Молошная Т. Н. Субстантивные словосочетания в славянских языках / Т. Н. Молошная. – М. : Наука, 1975. – 237 с.
11. Сапун М. В. Мова новел Григорія Косинки: структурно-функціональний аспект : автореф. дис. ... канд. філол. наук (10.02.01) / М. В. Сапун. – К., 2010. – 20 с.
12. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1993. – 656 с.
13. Ставицька Л. О. Про термін *ідіолект* / Л. О. Ставицька // Українська мова. – 2009. – № 4. – С. 3-15.
14. Стилїстика української мови: Підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – С. 164-169.

*Донецкий национальный университет*

*Зенина Анастасия Владимировна, кандидат филологических наук, ст. преподаватель  
кафедры славянской филологии и прикладной лингвистики*

*Донецк*

*E-mail: anvz@mail.ru*

**БЫТИЙНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ С ПРЕДИКАТОМ ТЮ-ТЮ****Карпова Е. В.***кандидат филологических наук, доцент**Новосибирский государственный технический университет**Новосибирск, Россия**E-mail: ev\_karpova@mail.ru*

В статье анализируются актуальные проблемы функциональной грамматики, связанные с вариативностью способов выражения бытийной семантики в современном русском языке. Рассматриваются высказывания с предикатом *тю-тю*, представляющие интерес в силу ряда причин, в числе которых – дискуссионный характер оценок частеречной природы и потенциал данной единицы языка в позиции предиката. Описаны особенности семантической структуры высказываний со значением небытия. Представленное исследование позволяет дополнить представления о периферийных средствах репрезентации отрицательной бытийности.

**Ключевые слова:** функциональная грамматика, бытийность, высказывание, семантическая структура, предикат.

**EXISTENTIAL CLAUSES WITH PREDICATE ТЮ-ТЮ****Карпова Е. В.**

The paper deals with the current issues of Functional Grammar concerning variable ways to express existential semantics in the modern Russian language. The clauses with predicate *тю-тю* under study are considered to be of interest for a number of reasons, including the controversial point of how to interpret its function in terms of parts of speech and the predicative capacity of the language unit. The paper describes characteristics of the semantic structure of the clauses with the meaning of nonexistence. The present study contributes to awareness of peripheral means for representation of negative existence.

**Keywords:** Functional Grammar, existence, clause, semantic structure, predicate

Бытийное высказывание представляет собой комплексное выражение семантики существования, одной из базовых семантических категорий. Актуальность изучения репертуара бытийных высказываний не исчерпана до настоящего времени в силу многообразия оттенков бытийной ситуации и разнообразия средств их выражения.

В русском языке семантическая категория бытийности реализуется разными типами семантических структур, одной из которых является дискретная бытийность, – синтаксические конструкции с предикатами существования. Объем и характеристики бытийных предикатов по-разному оцениваются лингвистами, основные бытийные глаголы – *быть*, *существовать*, *иметься*, *находиться* и некоторые другие [2, с. 54], – представляют собой лишь ядерную часть широкого круга предикатов, способных выражать существование, бытие, наличие, представленного в работах Н.Ю. Шведовой, Л.М. Васильева и др.

Особую разновидность бытийных предложений / высказываний представляет их так называемая отрицательная форма – высказывания,

сообщающие о несуществовании, которые, в соответствии с общей классификацией, могут рассматриваться как обобщенные или локализованные в пространстве [2, с. 66]. Бытийные предикаты и двусоставные предложения со значением бытия / небытия описаны в исследованиях Л. М. Васильева, представлены в экспериментальном синтаксическом словаре под редакцией Л.Г. Бабенко. Семантика отсутствия, в частности, рассматривается как в статическом, так и в динамическом аспекте: оно представляется обобщенным или оценивается как определенная фаза существования / наличия: исчезновение, прекращение бытия, в соответствии с чем выделяются предложения, отображающие ситуацию исчезновения. В настоящее время исследуются различные способы репрезентации семантики несуществования в русском языке, исследуется семантическая структура высказываний с соответствующей семантикой, например, прекращения биологического существования (см., в частности, [3]).

Дискретная отрицательная бытийность может быть выражена при помощи единиц типа *тю-тю*: *Нет там твоих картинок. — Вот то-то и оно, Сергей Сергеич. Он-то придет. А картинки — тю-тю. — Непростые, выходит, картинки, — усмехнулся генерал. — Да как сказать. Простые, непростые...* (Петр Галицкий. Опасная коллекция (2000)).

Актуальность изучения единицы *тю-тю* в ряду бытийных предикатов подтверждается данными словарей. При этом перед исследователями возникает ряд вопросов, касающихся статуса единиц и закономерностей их использования в составе высказывания и текстового окружения.

Статус единицы неоднозначно квалифицируется данными словарей. Так, малый академический словарь определяет единицу следующим образом: «*Тю-тю, междом. Разг. 1. Употребляется при игре в прятки с маленьким ребенком для побуждения его к поискам спрятавшегося или спрятанного. 2. в знач. сказ. Употребляется для обозначения пропажи, исчезновения и т.п. кого-чего-л. В плавание его не назначили и, следовательно, морское довольствие тю-тю, сиди на береговом жаловании. Станюкович. В море! || Употребляется для обозначения несчастья, неблагополучия с кем-, чем-л. — Видите, крыша-то тю-тю! Просела; собрались ремонтировать — оказалось, гвоздей нет. Леонов. Дорога на океан» [7, с. 435]. Определяемая как междометие, единица тем не менее отсутствует в словаре структурных слов [5]. Обращает на себя внимание прагматический акцент дефиниции и кажущаяся нерядоположенность разведенных значений: в первом случае речь идет главным образом об особенностях употребления, во втором — о синтаксической функции, и в обоих случаях — о семантике несуществования. Образность представления информации рассматриваемой единицы отражена в толково-фразеологическом словаре М.И. Михельсона, ряд синонимов — *ищи ветра в поле, и был таков* и др. — подтверждают это, отражая исключительно динамический характер передаваемого значения (ср. в словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой — «**Нет** кого-чего-н., исчез, пропал или кончился» [6, с.*

819]). Образные средства, репрезентирующие бытийную семантику, отражены в идеографическом словаре, где средства выражения отсутствия представлены в числе прочего идиомами *чего нет, того нет, нет как нет*, однако динамический аспект представлен фрагментарно [1].

Семантическая структура высказываний с предикатом *тю-тю* обладает и определенным сходством с ядерным типом, и специфическими характеристиками. Бытийные высказывания ядерного типа нацелены на выражение семантики существования / несуществования и могут иметь минимальную структуру: бытующий объект и предикат, если речь идет о предикативной бытийности. При этом сообщение о бытии может относиться практически к любому объекту. В отличие от ядерных бытийных высказываний высказывания с предикатом *тю-тю* характеризуются некоторой избирательностью по отношению к именам в позиции бытующего объекта. Ограничения употребления единиц в позиции семантического элемента «бытующий объект» связаны с динамическим аспектом и ироническим подтекстом, которые задает предикат. В позиции бытующего объекта могут быть использованы одушевленные существительные (высказывание реализует семантику исчезновения или же прекращения биологического существования), ср., например: *Значит, кинул он меня, что ли? Отомстил за прежние унижения? Свинья энкавэдэшинная! Наверное, проскочил через черный ход гостиницы — и тю-тю!* (Борис Поздняков. *Переходящее красное знамя* // «Сибирские огни», 2012); *Я ему в глаза упёрся и с выражением говорю: «А как, говорю, насчёт Григория Ефимыча? Это вам касается?» И он мне возражает с известным смехом: «Григорий Ефимыч твой – тю-тю: его, слава богу, давно пристрелили!»* (Е. И. Замятин. Слово предоставляется товарищу Чурыгину (1922)). Высокую активность в позиции бытующего объекта демонстрируют неодушевленные существительные, часто – именующие материальные ценности: *[Гость, писк] А ведь человеку не так важно, как его грабят — вежливо, с улыбкой на лице или со звериным оскалом, важен результат — денежек у человека тю-тю...* (коллективный форум: *Кредитование Ф-м физических лиц под залог ЦБ. Реальная история моего банкротства с помощью банка* (2008)). Названные группы имен в позиции бытующего объекта легко сочетаются, участвуя в выражении каузированного исчезновения: *Наконец он выходит на свободу и приезжает, но, оказывается, не для того, чтобы вить гнездо, а чтобы наивную бабу убить, жилплощадь продать и с денежками тю-тю. Убивает он ее сложно: и ножом в сердце, и поджигает. Но парикмахерша оказывается живучей, как Распутин. И главное — не только выживает, но и продолжает убийцу любить* (Саша Денисова. *Ассоли наших дней* // «Русский репортер», № 1-2 (080-081), 22-29 января 2009). Встречаются другие разряды существительных, семантика которых способствует, как представляется, выражению иного значения, например, характеристики объекта: *Амбиций у старика с избытком, а вот влияние прежнее — тю-тю* (Семен Данилюк. *Бизнес-класс* (2003)).

Любопытной представляется характеристика предиката: *тю-тю* семантически «специализируется» на так называемой отрицательной бытийности, но способен выражать различные её оттенки, в связи с чем корректная интерпретация высказываний, включающих исследуемую единицу, требует некоторых усилий контекста, например: *Улики-то тю-тю, того, испарились. К утру уже высохнет все, не докажешь, что тут спирт таскали полными мешками* (Виктор Мясников. Водка (2000)). Нередко наблюдается дублирование предиката глагольными лексемами, уточняющими характер исчезновения, когда речь идет о динамическом отсутствии: *Затор-то наш — тю-тю, уплыл! Вода поднялась и лед унесла, а бревно сдвинула* (Алексей Иванов. Географ глобус пропил (2002)). Синонимы предиката *тю-тю* встречаются и в высказываниях со значением статического несуществования, однако, как кажется, в этом случае в меньшей степени ощущается необходимость в их использовании, тогда как в рассматриваемых случаях образность, ирония затевают способ прекращения существования. Дублирование предиката может быть связано с характерной для разговорной речи манерой изложения. Это можно наблюдать в приведенном примере (*Затор-то наш...*). Вместе с тем представляется, что необходимость усилий контекста для интерпретации высказывания с предикатом *тю-тю* коррелирует со значением единицы в позиции бытующего объекта. В тех случаях, когда речь идет об одушевленном объекте, высказывание может сообщать как об исчезновении, так и о прекращении биологического существования, например: *Теперь он ждал демобилизации и очень удивился, встретив меня. Покосившись на солдат рядом, он моргнул рыжими ресницами, призывая к разговору наедине, и мы уединились. — Ну, — сказал он, — до тебя еще доберутся... Калтыгина-то — тю-тю... А Бобриков... Из уст очевидца услышал я героическую сагу о гибели родимого отца командира. Григорий Иванович славно завершил свой жизненный путь* (Анатолий Азольский. Диверсант // «Новый Мир», 2002). В приведенном примере представляется невозможной интерпретация высказывания с исследуемым предикатом без контекста, впрочем и последний кажется недостаточным. Предшествующие сообщению одного из действующих лиц события связаны с людьми, во втором случае контекст представляется достаточным (*о гибели, завершил свой жизненный путь*), в первом же в силу омонимичности имен собственных мужского и женского рода сообщение может касаться как уничтожения, так и исчезновения. Элементом, затрудняющим интерпретацию в условиях ограниченного контекста можно считать многозначную единицу *а*, способную в том числе выражать противительные отношения.

Динамический характер бытийной семантики определяет употребительность элементов со значением временной локализации: *А писал ли писатель АБС, кроме фантастики, еще и «оперу» — этого мы, скорее всего, не узнаем никогда... Ведь архивы-то еще в 91-м — тю-тю...* (Аркадий Киреев. Был ли Аркадий Стругацкий «агентом влияния» КГБ? (2003) //

Интернет-альманах «Лебедь», 2003.11.01). При этом элементы со значением пространственной локализованности встречается значительно реже. Характер протекания процесса не выражен единицей *тю-тю* (в силу своей частеречной природы не имеющей категории вида), но подразумевается; как правило, речь идет о прошедшем или настоящем времени.

Особого внимания заслуживает вариативность конструкций, выражающих семантику отсутствия: *Остались дочь пяти лет да трехкомнатная квартира. И деньги — тю-тю. Как не было* (Семен Данилюк. Бизнес-класс (2003)). Предикат может сочетаться с именем бытующего объекта в именительном падеже, а может управлять винительным со значением объекта действия и таким образом участвовать в выражении семантики каузированного несуществования. Грамматические формы имен в позиции бытующего объекта, как кажется, способны определенным образом отграничивать статическое и динамическое отсутствие, хотя в некоторых случаях способны создать затруднения в интерпретации: — *А как ты от работы-то отбоярился?* — *А, — махнул рукой Виноградов, — не бери в голову. Сказал, что простудился. — Значит, с работой — тю-тю. — Да, с работой — тю-тю, — согласился Сева. — Ну, знаешь, если все у нас сложится, не до работы будет. Вся забота будет — как деньги потратить да голову сохранить* (Петр Галицкий. Опасная коллекция (2000)). Причина указанного затруднения связана, как нам представляется, с предложно-падежной формой существительного, выражающего значение бытующей субстанции (*с работой*): творительный падеж ассоциируется с конструкцией высказываний типа *Как дела (с чем)? (С чем) все хорошо / плохо*, что в целом не противоречит интерпретации семантики бытия, иногда связываемой исследователями с состоянием.

Стилистическая ограниченность употребления маркируется часто встречающимися элементами *а, то, и, все* и под., словообразовательными средствами языка: *У одного полковника в погонах завелись звездочки. Едет он как-то в трамвае, а ему на ухо молодежавый блондин с усами шепчет: — Ваше благородие, а звездочки-то — тю-тю! Полковник скосил глаза — точно! Нет звезд. Одни просветы* (Александр Образцов. Короткие рассказы // «Звезда», 2002).

Интерпретационный потенциал бытийных высказываний с предикатом *тю-тю* подтверждается примерами реализации их текстовой функции в популярных текстах, обсуждением его семантики и возможностей употребления носителями языка в различных интернет-ресурсах, и является интересным объектом для дальнейших научных исследований.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов О. С. Идеографический словарь русского языка. – Электронный ресурс. Режим доступа: <http://bookre.org/reader?file=530294> (дата обращения 12.02.2019).

2. Воейкова М. Д. Бытийные ситуации // Теория функциональной грамматики: Локативность. Бытийность. Посессивность. Обусловленность / М.Д. Воейкова. – СПб. : Наука, 1996. – С. 53-80.

3. Карпова Е. В. Недискретные способы выражения бытийности в высказываниях со значением прекращения биологического существования / Е. В. Карпова // Дискретность и континуальность в языке и тексте: Материалы Международной конференции \"Континуальность и дискретность в языке и речи. Язык как живая система в исследовательских парадигмах современной лингвистики\" 15-16 октября 2009. / Под. ред. Т.А.Трипольской. - Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2009. - 328 с. - С. 251-258.

4. Михельсон М. И. Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии. Сборник образных слов и иносказаний. Т. 1—2. Ходячие и меткие слова. Сборник русских и иностранных цитат, пословиц, поговорок, пословичных выражений и отдельных слов (иносказаний). СПб., тип. Ак. наук, 1896-1912. - 2208 стр. Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://dic.academic.ru/contents.nsf/michelson\\_new/](http://dic.academic.ru/contents.nsf/michelson_new/) (дата обращения 12.02.2019).

5. Объяснительный словарь русского языка: Структурные слова: предлоги, союзы, частицы, междометия, вводные слова, местоимения, числительные, связочные глаголы: Ок. 1200 единиц / Гос. Ин-т рус. яз. им. А.С.Пушкина; В. В. Морковкин, Н. М. Луцкая, Г. Ф. Богачёва и др.; под. Ред. В. В. Морковкина. – 2-е изд., испр. – М. : ООО «Издательство Астрель» : ООО «Издательство АСТ», 2003. – 421 [11] с.

6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М. : «ИТИ Технологии», 2006. – 944 с.

7. Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистических исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз., Полиграфресурсы, 1999. – Т. 4. С – Я. – 1999.- С. 435.

При подготовке статьи использованы материалы Национального корпуса русского языка.

*Новосибирский государственный технический университет*

*Карпова Елена Валерьяновна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры филологии*

*Новосибирск, Россия*

*E-mail: ev\_karpova@mail.ru*

## СТРУКТУРНО-ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

*Михайлова А. Г.*

*ст. преподаватель*

*Севастопольский государственный университет*

*Севастополь, Россия*

*E-mail: steba1971@mail.ru*

В данном исследовании систематизированы структурно-языковые особенности англоязычной прессы. Проанализированы те лексические и синтаксические языковые средства, которые предпочтительно используются журналистами качественных изданий англоязычной прессы. Автор приходит к выводу, что для образного представления интертекстуальности используются различные типы включений в тексты.

**Ключевые слова:** СМИ, журналист, интертекстуальность, англоязычная пресса, медиа-текст.

### STRUCTURAL-LINGUISTIC FEATURES OF THE ENGLISH- LANGUAGE PRESS

*Mikhaylova A.G.*

The structural and linguistic features of the English-language press are systematized in this study. The lexical and syntactic linguistic means that are preferably used by journalists of high-quality publications of English-language press are analyzed. The author comes to the conclusion that different types of inclusions in media texts are used for imaginative representation of intertextuality.

**Keywords:** media, journalist, intertextuality, English press, media-text.

В последнее время интерес многих ученых сосредоточен на усовершенствовании концепций обучения будущих специалистов профессионально направленной иноязычной речи. Язык, используемый англоязычными средствами массовой информации, насыщен разнообразными стилистическими средствами [9]. Это можно объяснить тем, что основная задача СМИ состоит в освещении наиболее важных проблем современного общества – политики, экономики, образовании, международного сотрудничества, религии и других. От уровня англоязычной речи журналистов во всех её аспектах: лингвистическом, содержательном и дипломатическом зависит как осведомленность граждан различных стран, так и их активность в разрешении насущных вопросов современности.

Исследование языка средств массовой информации проводили И.В. Арнольд, М.М. Бахтин, В.Н. Комисаров, Е.Е. Пронин и др. Англоязычные медиа-тексты исследовали В.Г. Костомаров, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик и др. Лексические и синтаксические языковые средства, которые предпочтительно используются журналистами качественных и популярных изданий британской прессы рассматривала И.В. Арнольд.

Лингвистику текста изучали Г.В. Ейгер, В.Л. Юхт, И.Р. Гальперин, З.Я. Тураева. И.Р. Гальперин, Е.А. Гончарова и другие описывали интертекстуальность как текстовую категорию. Изучением функционирования метафоры в журналистике занимались Н.Д. Бессарабова, Г.Я. Солганик, Е.В. Стоянова.

Прагматическую гибкость газетно-публицистических текстов к изменениям параметров коммуникативной ситуации отмечали многие исследователи дискурса массовой коммуникации. Исследованиями англоязычных медиа-текстов занимаются многие отечественные и зарубежные авторы (В.Г. Костомаров, Л.М. Майданова, С.И. Сметанина и др.)

Н.Н. Амосова и М. Риффатер рассматривают контекст не как окружение, благодаря которому ясен смысл рассматриваемого элемента, а как элемент вместе с окружением. По мнению М. Риффатера, эффект стилистического приема вызван отклонением от нормы данного сообщения, а не от языковой нормы. Данный подход аналогичен предложенному ранее Б.А. Лариным подходу. Функционирование газетно-публицистических текстов изучается с точки зрения возможной установки журналиста как на определенное идеологическое воздействие (тексты разных печатных изданий, освещающие одно и то же событие, могут в корне отличаться друг от друга), так и с позиций социальной ориентации на читательскую аудиторию с учетом степени информированности, уровня образования и ценностных предпочтений [7].

Цель данного исследования – анализ лексических и синтаксических языковых средств, используемых в англоязычной прессе.

Методы исследования. В ходе исследования применялись сравнительно-сопоставительный, описательно-аналитический методы и анализ словарных дефиниций.

Язык СМИ обладает определенной спецификой, отличающей его от языка художественной или научной литературы, от разговорной речи как в следствие длительного отбора языковых, выразительных средств. Язык газетных сообщений обладает множеством частных особенностей. Конституирующим фактором текста является его коммуникативное назначение (прагматическая сущность). Прагматическим в лингвистике называется функционирование языковых единиц в их отношении к участникам акта общения [1]. Сам текст предназначен для эмоционально-волевого и эстетического воздействия на тех, кому адресован:

*Often it is irreverent - **prodding and poking** the soft underbellies of self-important and the pompous. But it is an **unassailable fact** that commercial media providers have to make a profit or they vanish – although few things will accelerate their **demise** as quickly as poor editorial performance in **resource-starved newsrooms**. In an era of growing **media corporatization** and ownership concentration, such collisions often find the public interests being lugged to the wrecker's yard by means of **metaphorical tow trucks**. They inhabit mailing lists,*

*corporate websites and haunt government, infest invitation lists. We had the same sources and we would try to throw the other off the scent.*

В современных условиях интеграции наук очень важно упорядочение терминологии [6]. В результате применения в различных профессиональных сферах сходные понятия получают особенности в соответствии с их спецификой, однако они не должны противоречить своим определениям в других направлениях, а лишь уточнять их [2].

Рассмотрим различные составляющие контекстуальных значений слов, их эмоциональный и оценочный потенциал в отношении взаимодействия с условиями контекста (в нашем случае – в англоязычной прессе): *advertorial* – advertising presented as editorial; *backgrounder* – a news or feature story that focuses on interpretation of an issue, providing explanatory details or analysis not suited to a conventional news story format; *byline* – reporter's name, usually at the beginning of a story; *deadline* – the latest time a reporter can submit a story for editing; *dummy* – layout or diagram – either on paper or on a computer screen – of a page, or page, showing the size and position; *vox pop* – a technique used to obtain a snapshot of public opinion on a issue; *yarn* – a newspaper story; *house style* – a set of internal rules adopted by a media outlet with the aim of ensuring consistency of grammar, spelling, word use; *newsgroups* – forum for people interested in particular topics; *spike a story* – not print it; *kill a story* – delete or not use it.

Владение журналистами огромным объемом иноязычной лексики – один из признаков их высокого профессионализма. Важной характеристикой современных СМИ является употребление актуальных лексических единиц. Попытки сделать рабочий материал наиболее привлекательным заставляют журналистов искать «свежую» лексику, использовать нестандартные экспрессивные лексемы и создавать неологизмы:

*Backbench* – рядовой сотрудник; *yesteryear* – прошлое; *mike* – микрофон; *deadline* – конечная дата; *lie-mongering* – распространение лжи; *culling* – выбор, отбраковка; *angle* – аспект; *conduits* – информационный канал; *personality trivia* – детали жизни известных личностей; *megalomania* – мания величия; *media moguls* – медиамагнаты; *woolly thinking* – сумбурное, нечёткое мышление; *dial-up connections* – подключение к интернету по телефонной линии.

Создание медиа-текста, как и текста газетной статьи, представляет собой ряд сложных последовательных трансформаций. Благодаря такой прагматической адаптации нет детального совпадения содержательно-формальных аспектов исходного и окончательного вариантов. Текстовая модальность не может быть реализована одинаково.

Для образного представления интертекстуальности (присутствие межтекстовых связей в результате производства текста из элементов других или по отношению к другим текстам, с которыми создаваемый текст вступает в своеобразный диалог) принимаем во внимание идею оптического

поля И.В. Арнольд, в котором видны предметы сквозь линзу (цитата). Типы включений в медиа-текстах могут быть следующие:

1. *Цитатное заглавие.* Журналист выбирает стилистические и языковые средства, которые понятны читателю. Авторская интенция наиболее точно реализуется в газетном заголовке. «Целенаправленно выбирая ту или иную культурную единицу и помещая ее в сильной позиции текста» [1, с.223], журналист усиливает заголовок. Так, название книги Д. Конли и С. Лэмбл «*The Daily Miracle*» [8] на первый взгляд представляется чем-то волшебным и сказочным, но на самом деле книга раскрывает знаменательные изменения журналистики на протяжении истории. Название главы «*A degree + a portfolio + the 'it' factor = a job*» представляет сопоставление с математическими формулами, что говорит о точности и важности владения профессиональными навыками, разбираться в digital-технологиях и медиабизнесе.

2. *Цитатный эпиграф между заглавием и текстом.* Эпиграф делает доступным зрению читателя исторически очень отдаленную информацию. Создается преднастройка для вероятностного прогнозирования основной идеи. Например: эпиграф «*No reporter wants readers to see their story and say, 'Oh no, not that again!'*» дает понять, что речь пойдет об основных недостатках медиа-текстов.

3. *Пародийность языка* — фразеология и крылатые слова как средства выразительности медиа-текстов: *to draw the wool over someone's eyes* – водить кого-либо за нос; *put it into your pipe and smoke it* – зарубить на носу; *it's a small world* – мир тесен.

4. *Интертексты как стилистический прием смыслообразования.*

В процессе интерпретации произведения возникает вопрос о межтекстовой компетенции читателей, основанной на том, что в памяти хранятся информация о ранее прочитанном, «схемы возможных стратегий интерпретации» [3, с.4-12]. Без этих вставок из предыдущих текстов восприятие «новых» было бы затруднено или невозможно. Вкрапление в «новые» тексты элементов предыдущих текстов обозначают термином «интертекстуальность».

Стилистическими особенностями языка СМИ являются выразительные средства языка и приемы. Изобразительными средствами языка выступают все виды образного употребления слов, словосочетаний и фонем, метафор (текстообразующих механизмом в журналистике, способов развертывания журналистского текста). Метафора находит свое место именно в языке СМИ, апеллируя к воображению и через него к пониманию сути вещей. Наиболее характерные особенности метафоры: допущение разных интерпретаций, диффузность значения, устранение мотивировок и разъяснений: *to sink or swim* – оставить на произвол судьбы, погибнуть или победить; *press barons of yesteryear* – газетные бароны прошлого; *an essential "it" factor* – фактор "изюминки"; *much water has flowed under the bridge* – много воды утекло; *to wriggle under one's thumb* – быть в полном подчинении у кого-л; *news is*

*mushrooming* – расти как на дрожжах (как грибы после дождя); *competitive free-for-all* – делать что-то общедоступным и открытым для конкуренции; *rabid fan* – ярый фанат (сторонник); *enormous pressures of time and other constraints* – чудовищный цейтнот; *wired reporting* – репортажи в электронных СМИ; *to provide a crisp story with fissures* – написать ясную, лаконичную, содержательную историю с трещинами, в которые может провалиться Сьерра-Леоне; *to predict the twists and turns of smth.* – предсказывать тонкости; подробности, детали, углы и закоулки; *to prophesy smth.* – предсказывать, пророчить, толковать Священное Писание; *to take a swipe at those in authority* – нападать; критиковать находящихся у власти; *to come to grips with the web* – освоить интернет; *the odds are...* – вероятность того, что; *would-be journalists* – будущие журналисты; *to be tenacious about finding the truth* – упорно искать правду; *to be turned off news and current affairs* – теряли вкус (интерес) к новостям и текущим событиям; *drive to acquire fortunes* – стремление нажить состояние; *to give extra edge* – дать кому-то преимущество, ставить в выгодную позицию; *anyone's guess* – можно только гадать.

Выразительными средствами, не создающими образы, а повышающими выразительность речи и усиливающими её эмоциональность при помощи особых синтаксических построений, выступает инверсия, усилительные обороты (эмфатические предложения), параллельные конструкции и т.д.

*It's the media that now determines who govern Australia.*

*It is the politicians who wriggle under the thumb of media moguls, who only lean on them for business benefit.*

*It is online that the audience can take in the uncensored, indelible images of the events happening all over the world.*

Итак, систематизировав структурно-языковые особенности англоязычной прессы, пришли к выводу, что для образного представления интертекстуальности используются различные типы включений в англоязычной прессе и медиа-текстах: цитатное заглавие, цитатный эпиграф между заглавием и текстом, пародийность языка – фразеология как средство выразительности текстов и интексты как стилистический прием смыслообразования.

В работе проанализированы те лексические и синтаксические языковые средства, которые предпочтительно используются качественными и популярными англоязычными изданиями. Перспективу дальнейшего исследования представляет характеристика интертекстуальности медиа-текстов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / Науч. ред. П. Е. Бухаркин. – Изд. 2-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.

2. Арнольд И.В. Стилистика современный английский язык – М.: Флинта, 2002. – 384 с.

3. Арнольд И. В. Читательское восприятие интертекстуальности и герменевтика // Интертекстуальные связи в художественном тексте. – СПб., 1993. – С. 4-12 9
4. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
5. Гончарова Е. А. К вопросу об изучении категории «автор» через проблемы интертекстуальности // Интертекстуальные связи в художественном тексте. СПб., 1993. – С. 20-28.
6. Михайлова А.Г. Взаимодействие языков в современном мире: социо-культурный аспект // Культура народов Причерноморья – 2006 – т. 2. – № 82. – С. 83-89 <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/21398/11-Mikhaylova.pdf?sequence=1>
7. Тюрина Наталья Александровна. Прагматическая адаптация англоязычных газетно-публицистических текстов: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04: Санкт-Петербург, 2003. – 209 с.
8. David Conley, Stephen Lambie The Daily Miracle: An Introduction to Journalism 3rd Edition. Oxford University Press, 2006, 491 p.
9. Mikhaylova A.G. Main Features of Linguistic Globalization // Recent Achievements and Prospects of Innovations and Technologies [Электронный ресурс]: Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции (Севастополь, 18 апреля 2018г.) / Под ред. Т.Г. Клепиковой, А.Г. Михайловой – Керчь: ФГБОУ ВО «КГМТУ»; Севастополь: ФГАОУ ВО «СевГУ», 2018. – 757 с. – С.717-721

*Севастопольский государственный университет*

*Михайлова Алла Григорьевна, старший преподаватель кафедры иностранных языков*

*Севастополь, Россия*

*E-mail: steba1971@mail.ru*

## МИФОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА СЛАВЯНСКИХ СКАЗОК: КОМПАРАТИВНЫЙ ПОДХОД

*Перетятая О. С.*

*кандидат филологических наук  
Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
Луганск  
E-mail: kafukrfil@yandex.ua*

В статье рассматривается вопрос генеалогии сюжетов славянской народной сказки на примере сербского, украинского и русского фольклора. Особое внимание сосредоточено на мифологических элементах мотивов и образов славянской сказки.

**Ключевые слова:** сказка, славянская культура, мифология, миграция сюжетов, мотив, образ.

### **MYTHOLOGICAL BASIS OF SLAVIC TALES: COMPARATIVE APPROACH**

*Peretyatya O. S.*

The article discusses the issue of genealogy of plots of Slavic folk tales on the example of Serbian, Ukrainian and Russian folklore. Special attention is paid to the mythological elements of the motifs and images of the Slavic fairy tale.

**Keywords:** fairy tale, Slavic culture, mythology, plot migration, motive, image.

Одним из актуальных направлений современного литературоведения являются исследования жанрового своеобразия произведений в широком историко-культурном контексте. В аспекте этой проблемы особый интерес представляет народная сказка как объект мифопоэтического дискурса славянских народов.

Объединенная общим культурно-историческим процессом славянская мифология, опираясь на предыдущую мировоззренческую основу, сохраняет все возможные формы и средства мифов. К пониманию этой особенности славянского культурного генезиса отечественная наука пришла не так давно, хотя в свое время очень близко к нему стояла мифологическая школа. В своих исследованиях, которые касались сказок, ее представители отстаивали мнение о том, что сходство мотивов было вызвано общими мифологическими взглядами у индоевропейских народов. Но недостаточный уровень народоведческой науки того времени (антропологии и палеоэтнологии) не позволило в дальнейшем глубже развиваться подобным исследованиям, поэтому научные гипотезы школы апеллировали к мифологической поэтике, обращая особое внимание на символику мифа.

В разные периоды литературоведческого процесса исследованием межславянской эпической общности занимались А. Веселовский, Ф. Миклошич, А. Потебня, В. Жирмунский, Е. Мелетинский, Б. Путилов, И. Франко, В. Гнатюк, Ф. Буслаев, А. Никифоров, В. Пропп, Э. Померанцева, М. Бахтин и др. Но большинство из них обращали внимание на

национальные особенности восприятия сказочной эпики и трансформацию мотивов, сюжетов.

Несмотря на существование широковекторного и многообразного спектра современных литературно-критических рефлексий, касающихся антропологии славянской сказки, вопрос генеалогии сюжетов жанра остается на периферии научных поисков.

Цель научного исследования – проанализировать соотношение сказки и мифа, теорию заимствования, обращая особое внимание на мифомышление и многообразие социокультурных функций славянской сказки.

Наиболее емкими для реконструкции первобытной мифологии становятся те жанры фольклора, которые являются самыми древними: сказка, загадка, календарная обрядовость и др. Их мировоззренческая основа может иметь много общего с аналогичными примерами других славянских народов. Однако это общее начало спровоцировано не столько культурными заимствованиями, сколько общим этнокультурным развитием.

На сегодняшний день очень хорошо известно, что заимствования мифологии в плане мировоззрения связано с миграцией или диффузией ее носителей, а поэтому все изменения идеологического плана обязательно совпадают с изменениями в этнической ситуации, которая складывалась на этих территориях. Очень показательными в этом отношении являются вопросы, связанные с понятием «странствующих сюжетов». Этот термин впервые ввел немецкий филолог Т. Бенфей в значении литературных заимствований сюжетов сказок, загадок, анекдотов, легенд и других произведений народного творчества, которые переходили от народа к народу.

Славянская сказка в том виде, в каком была записана фольклористами, далеко не всегда совпадает со своим протооригиналом, так как ее элементы перемещались, дополнялись, что затрудняет реконструкцию первоначального ее облика. Опираясь на работу Н. Новикова, выделившего общие элементы сказки, которые тяготеют друг к другу, можно сделать попытки наметить устойчивые комплексы отдельных сказочных особенностей в славянском фольклорном эпосе, которые отображены в общей тематике, мотивах, образах.

На примере сказки «Правда и Кривда» можно наблюдать идентичную фабулу этого произведения в сербской народной сказке, украинской и белорусской. В эпосе идет речь о том, как два брата поспорили, что сильнее: правда или кривда, рассудил их прохожий, который оказался дьяволом в человеческом облике, сказав, что кривда сильнее. Добрый и справедливый брат проиграл злему все свои деньги, коня и даже свои глаза. Истекая кровью последний попросил отнести его к святому источнику возле ели и оставить там. Ночью, сидя под деревом, слепой услышал разговор вил о том, что вода в источнике имеет целебные свойства. Обмыв глаза исцеляющей водой, несчастный прозрел. Набрав воды в сосуд, справедливый человек отправился к королю, дабы исцелить его больную дочь. За свой добрый поступок король

отдал ему свое королевство и дочь в жены. А злой брат, узнав историю доброго, отправился под ту же ель ночевать, там вилы его и разодрали.

Подобной фабулой характеризуется и украинская народная сказка «Про правду і кривду», но прослеживается частичная замена персонажей (спор осуществляется между дядей и племянником, вместо вил в лесу – черти), место основного действия перемещается в густой лес. Кроме того, в украинском варианте сказки после проигранного спора племянник решает повеситься. Именно в этот момент герой становится свидетелем разговора четырех чертей, которые рассказывают друг другу о злодеяниях, сделанных за день людям, и раскрывают секрет их решения.

Что же касается сюжетной основы русской народной сказки, записанной А. Афанасьевым в сборнике «Народные русские сказки», то здесь фабула близка к оригинальному сербскому сюжету. Смещается лишь пространственное решение в кульминации произведения, а также прослеживается антропоморфизация явлений социального характера, которые издавна удивляли людей своей загадочностью: «Осталась Правда безглазая, пала лицом наземь и поползла ощупью. Доползла до болота и легла в траве. В самую полночь собрались туда черти. Небольшой стал всех спрашивать: кто и что сделал? Кто говорит: я душу загубил; кто говорит: я того-то обманул; а Кривда в свой черед похваляется:

– А я у Правды сто рублей выпорчила да глаза выколола!

– Что глаза! – говорит небольшой. – Стоит потерять тутошней травкою – глаза опять будут!» [1, с. 69].

В исследованных сказках изображаемые события входят в состав мотивов, которые в большей степени напоминают миф. В данном случае собственно ритуал воскрешения носит мифологический, а не сказочный характер, что подчеркивает финал истории. Кроме родства с мифом, в данном случае следует обратить внимание на детали изображаемых событий, которые напоминают сказочные сюжеты. В первую очередь можно отметить трехразовые повторы, присутствие традиционного зачина и концовки.

Таким образом, общие сюжеты сказок в славянском фольклоре свидетельствует об общности истоков их появления и развития. «Странствующие сюжеты» в разных странах разветвляются на разные варианты, с дополнением (и наоборот) своего первичного вида, и чем чаще повторяются устно и письменно, тем больше усложняются вставками и противоречиями.

Заимствованные сюжеты воспринимаются на народный лад, становятся своими и приобретают новые национальные черты. В сербской сказке «Правда и кривда» введен мифологический образ вилы – стихийного духа женского пола, распространенного в мифологии южных и западных славян. Вила являет собой прекрасную длинноволосую юную деву с козьими копытами вместо ног. Она способна «запирать» воду и владеть водоемами. Вила типологически сходна с восточнославянской русалкой.

Еще один круг мифологических персонажей, связанных с обозначением нижнего мира, объединяет ряд божеств, чьи имена связаны со славянским водяным как морским мифологическим персонажем. К ним относится миф о спуске героя в подводное царство. Так, в сербской сказке «Дьявол и его ученик» герой отправляется обучаться ремеслу и попадает в «нижний мир» (на дно реки). В русской народной сказке «Подземные царства» герой спускается в преисподнюю и путешествует по загробному миру, находит там своих братьев и мать. Очень часто в качестве мифологизированного образа реки выступает колодец, таящий в себе сокровища (русская народная сказка «Девушка в колодце»).

В другом сербском народном эпосе «Змей-жених» перед нами встает древний миф, еще не перешедший полностью в архаический богатырский эпос, но уже близок к нему. Это чрезвычайно интересный сюжет, важный как в историческом, так и в фольклорном отношении. В сербском эпосе повествуется о чудесном зачатии и рождении у бездетного Будимского (т. е. венгерского) короля Милутина сына-змея, который по прошествии семи лет отправляет отца высватать ему невесту – дочь царя из города Призрена. Последний ставит условие: «Вот что я, король, тебе отвечу: Возвращайся в град Будим не медля, Змея ты спроси в стене дворцовой – Может ли твой сын и твой наследник Привести разукрашенных сватов, Так, чтоб солнце их не осветило, Ни роса ночная не смочила. Если змей сумеет это сделать, Я за змея выдам дочку замуж» [7, с. 376]. Задача будимского короля сводилась к тому, чтобы выяснить, действительно ли жених является змеем (мифологическое отождествление змея со стихиями). Убедившись в этом, король легко отдал свою дочь. Ночью в башню к молодоженам поднялась королева-мать и увидела спящим молодого, красивого юношу, а рядом кожу змеиную: «И украла змеиную кожу, Бросила в пылающее пламя» [7, с. 387].

Подобный сказочный сюжет о змее-женихе встречается в волшебном произведении «Червячок», опубликованном в сборнике «Русские сказки Сибири и Дальнего Востока». Также наблюдается сходство сюжетообразующих мотивов сербской сказки «Змей-жених» с мотивами русских волшебных сказок типа «Царевна-лягушка», «Фенист Ясный сокол». Отмечаем общую сюжетно-тематическую линию в рассмотренных нами сказках: поиск жены (супруга), условия перед сватовством, женитьба, приобретение человеческого облика, сжигание шкуры (кожи). Несмотря на общность конструктивных мотивов, сюжетное наполнение фольклорных сказок у славян различное. В сербском варианте финал произведения трагичен – герой погибает после сожжения его змеиной кожи, а русская сказка, как правило, завершается счастливым концом – герой навсегда принимает человеческий облик.

Комплекс поверий о змее в народных верованиях семантически двойственный: мужское и женское сочетание, водная и огненная символика, отрицательное и положительное начало. С одной стороны, змеиные свойства ядовитые, а с другой – целебные; змея является источником зла, но в то же

время – добра и др. Следовательно, образ Змея расценивается исследователями фольклора как «гиперболизированное олицетворение реальной опасности» [6, с. 415]. В уцелевших до нашего времени фрагментах змеборческого эпоса мы видим слияние мифов о повиновении змею с первичной формой богатырского эпоса, повествующего об одолении змея (цикл сказок «Три богатыря»).

Змеборческие сказки в процессе своего существования переплетались между собой, оставляя лишь первоначальные элементы. Именно поэтому В. Пропп в своих исследованиях предлагает сопоставлять сказки по их «составным частям», по «устойчивым элементам» (функции действующих лиц).

В сербской сказке «Царевич и дракон», русских сказках в цикле «Три богатыря», «Три царства», украинской сказке «Котигорошко» можно отметить общие мотивы: захват змеем людей, помощники богатырей, олицетворяющие природу, животных, битва со змеем, освобождение пленных, женитьба.

Мифологическим характером детерминировано и появление богатырей. Как правило, это ребенок, рожденный от домашнего животного, после поглощения женщиной живой рыбы (или другого волшебного продукта). Братья-богатыри рождаются у одной женщины на протяжении одной ночи (Вечерник, Полуночник, Светозар или Зорька). Богатыри «растут не по дням, а по часам», обладают нечеловеческой силой. Некоторые исследователи связывают появление богатырей в фольклорном эпосе с мотивами древних сказаний о волшебных кузнецах, указывая на родство с языческим богом Сварогом, покровителем кузнечного дела и брака.

Постепенно мифологические элементы впитывались в сказки, создавая новый жанр волшебного эпоса, наслоившийся на более архаический жанр сказок о животных, которые в сербском фольклоре сравнительно немногочисленны, однако особый цикл образуют юмористические сказки о волке и лисице, отличающиеся реалистичностью повествования.

Эпос о животных В.Я. Пропп относит к разновидности кумулятивных сказок, замечая, что «главный композиционный прием которых заключается в многократном повторении, накопленные однотипных действий, пока созданное таким образом звено не обрывается или не расплетается обратно» [6, 343]. Сказки о животных В. Давидюк относил к ритуально-тотемистическим, которые больше всего выделяются богатством древнего мифологического содержания.

Примером подобных сказок, представленных в сербском фольклоре, может служить сказка «Как лисица отомстила волку», некоторые элементы которой могут прослеживаться во всех славянских сказках. Это использование трехразовости как способа ретардации, приема семиперсонажности, как исчерпывающее число множественности и способ достижения принципа кумуляции и др. Общими выступают персонажи славянских сказок, а также их постоянная народная характеристика,

отражающая особенности определенного народа. Так, совсем беспомощным в народном эпосе является волк, который не может справиться с хитростью лисы. Волк всегда олицетворяет зло, за которое следует наказание. Здесь прослеживаются общие черты сказочных сюжетов с охотничьим мифом.

Так как сказка является реминисценцией древних верований, которые входили в основу экономики первобытных охотников, то главными персонажами в ней становятся дикие животные, а домашние вводятся в контекст сказки, наследуя нормы охотничьего табу. Пример установления табу и его нарушение содержится в одном сербском эпосе «Как лиса отомстила волку». Запертый лисой теленок хоть и не пускает волка в конюшню, но дает понять, в чем причина: «Однажды пришел он [волк] и закричал грубым голосом:

– Кобылка, кобылка! Отвори дверь! Я несу тебе студеной водицы и зеленой травки.

Но жеребенок услышал по голосу, что это не лиса, и не отпер дверь» [7, с. 342].

В данном эпизоде мы можем наблюдать сходство с русской народной сказкой «Волк и семеро козлят» и украинским ее вариантом «Як вовк козенят забажав». Так, каждое слово, использованное с магической целью, имеет сакральную форму и сакральное место в тексте. Подобное использование вербальной магии апеллирует к охотничьему мифу, когда этот ритуал соблюдался с целью усыпления бдительности зверя.

Тотемические или охотничьи элементы в сказках следует относить к предшествующим тысячелетиям первобытной жизни славян. Исследовательница литовских народных сказок Б. Кербелите при дифференциации сказочной эпики основным видит семантико-мотивационный подход («элементарные сюжеты»), который сохраняет архаическую информацию и делает прозрачной семантику сказки о животных.

Сказку считают одним из элементов передачи традиционного знания и определенной редукцией мифа. Однако если миф отличается усложненной сюжетной линией, то сказка представляет собой более архаичную форму, в которой теологическая природа персонажей снижается к полубытовому уровню – это архаизированный миф. Сказка принадлежит вербальной традиции, напрямую связанной с инициативным элементом, поскольку и рассказчик, и слушатель погружаются в контекст воспроизведения событий, становятся соучастниками, современниками того, о чем идет речь.

Таким образом, сказка как своеобразный жанр народного творчества, занимает важное место в фольклоре всех народов мира. На ней сказалось влияние различных исторических эпох, начиная от первобытного общества до наших дней. Все это свидетельствует о важном месте сказок в культурно-бытовой практике человечества на ранних ступенях его исторического развития и о тесной связи их с жизнью этноса.

Разные миграционные волны народа оставляли свой отпечаток и на духовной культуре человечества, и на его мировоззренческой сфере, которая определялась мифологическим мышлением. Поэтому в самых архаических явлениях традиционной мифологии славян можно допускать присутствие не только национальной, но и региональной специфики, детерминированной распространением на разных территориях разных праисторических субэтнотосов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Афанасьев А. Народные русские сказки / Александр Афанасьев. – М. : Наука, 1985.
2. Брауде Л. Ю. К истории понятия «литературная сказка» / Л. Ю. Брауде // Известия АН СССР. – 1977. – № 36. – С. 231 – 239 – (Серия литературы и языка).
3. Булашев Г. Український народ у своїх легендах, релігійних поглядах та віруваннях / Григорій Булашев. – К. : Довіра, 1992. – 414 с.
4. Велецкая Н. Н. Языческая символика славянских архаических ритуалов / Н.Н. Велецкая. – М. : Наука, 1978. – 240 с.
5. Новиков Н. Образцы восточнославянской волшебной сказки / Н. В. Новиков. – Л. : Наука, 1974. – 255 с.
6. Пропп В. Русская сказка : труды / В. Я. Пропп. – М. : Лабиринт, 2000. – 416 с.
7. Смирнов Ю. Сербские народные песни и сказки из собрания Вука Стефановича Караджича / Юрий Смирнов. – М. : Художественная литература, 1987. – 512 с.

*ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»*

*Перетятая Олеся Сергеевна, кандидат филологических наук,  
доцент кафедры украинской филологии и издательского дела  
Луганск*

*E-mail: kafukrfil@yandex.ua*

**«ПИСЬМО О РУССКИХ РОМАНАХ» М. П. ПОГОДИНА И  
ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ЧТЕНИЯ В XIX В.<sup>3</sup>**

*Логвинова И. В.*

*кандидат филологических наук,*

*Московский государственный институт музыки им. А. Г. Шнитке*

*Москва, Россия*

*E-mail: logrina@gmail.com*

В статье анализируется актуальная проблема формирования культуры чтения в XIX в. на примере воссоздания творческой истории статьи М. П. Погодина «Письмо о русских романах» (1827). В результате исследования делается вывод о том, что увлечение издательской и писательской деятельностью, интерес к современному литературному процессу и знакомство с А. С. Пушкиным подвигли М. П. Погодина на написание этого «Письма...».

**Ключевые слова:** М. П. Погодин, А. С. Пушкин, И. В. Киреевский, культура чтения, русская литература XIX в.

**“A LETTER ABOUT RUSSIAN NOVELS” BY M. P. POGODIN AND THE CULTURE  
OF READING PROBLEM IN THE XIX CENTURY FORMING**

*Logvinova I. V.*

The paper deals with the actual problem of the reading culture formation in the XIX century, on the example of recreating the M. P. Pogodin's article “the Letter about Russian novels” (1827) creative history. As a result of the study, it is concluded that M. P. Pogodin's interest in the modern literary process and his familiarity with Pushkin's publishing and writing activities prompted him to write this “Letter...”.

**Keywords:** M. P. Pogodin, A. S. Pushkin, I. V. Kireevsky, reading culture, Russian literature of the XIX century.

Комментируя статью М. П. Погодина «Письмо о русских романах» (1827), мы постарались воссоздать ее творческую историю. Это было интересно как в связи с эволюцией взглядов самого автора, так и в связи с тем, что, обсуждая проблему необразованности русского читателя, Погодин и его оппоненты коснулись задачи формирования культуры чтения, начинающей развиваться благодаря появлению разнообразных журналов.

М. П. Погодин однажды, читая вместе с А. С. Пушкиным альманах «Северные цветы», подумал «ошеломить эти “Цветы” чем-нибудь капитальным» [1, с. 72]. Однако для «Северных цветов» он ничего не писал, а опубликовал статью в «Северной лире». Он как раз только познакомился с А. С. Пушкиным (в 1826 году) при посредстве Д. В. Веневитинова, и живо

---

<sup>3</sup> Статья публикуется при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). Исследовательский проект № 19-012-00310 «Погодин М. П. Полное собрание историко-филологических трудов. В 9 томах. Т. 1 – 3»

интересовался литературным процессом (в это время М. С. Погодин пишет статью «Разбор альманахов (Продолжение)» [начало см.: Киреевский И.В. «Альманахи на 1827-й год» // Московский Вестник. 1827. № 5. С. 67 – 81], которая была опубликована в «Московском Вестнике» в 1827, № 6, с. 175 – 181). А. С. Пушкин как раз читал 10 сентября и 12 октября 1826 г. в доме Веневитиновых своего «Бориса Годунова», который М. П. Погодину очень понравился. С их все более крепнущей дружбы началось издание «Московского Вестника», первую страницу первого номера которого украсил пушкинский «Борис Годунов».

Литераторы собирались, читали друг другу свои произведения, обсуждали их, спорили о них на страницах периодических изданий, и при этом очень часто их посещала мысль о читателе. Так, Н. П. Барсуков пишет о реакции на «Вестник Европы» в Одессе, цитируя письмо Туманского: «Некоторые статьи, в особенности статьи исторические, доставили всем мыслящим людям Одессы истинное удовольствие. Но я не могу сказать того же о философических отрывках. Долгое еще время будут непонятны в России и несообразны с нашим духом чрезвычайно отвлеченные умствования новых немецких философов...» [1, с. 72]. В первом же номере «Московского Вестника» М. П. Погодин решает напечатать «Письмо к Издателю», в котором автор предостерегает издателя, что публика, для которой он издает журнал, им не интересуется. Корреспондент пишет, что подслушивая светские толки, он не услышал ничего для Погодина утешительного. Он приводит в пример великолепные чертоги знатного барина, которому его управляющий сообщает все главные новости, прочитывая, по поручению хозяина, газеты. И тот ничего о журнале Погодина не сказал, поскольку барин литературой не интересуется. «Рассеянная Эмилия, услышав за котильоном от своего кавалера о новом журнале, спросила: там будут и моды? и получивши ответ отрицательный, уж более про него не спрашивала <...> Старые искатели всего новенького несут к тебе свои лепты, в надежде купить на них лекарства от скуки, их убивающей. За ним течет и пестрая толпа любителей пестрой смеси...» [1, с. 73-74]. Иными словами, читатель ждет, что журнал развеет его скуку. Читать серьезные статьи он не приучен.

На это письмо Погодин откликнулся в следующем номере журнала так: «Ты несправедливо судишь о нашей публике. Правда, что многие у нас читают только по средам и субботам, и скорее узнают о привозе голстинских устриц и лимбургского сыра, нежели о появлении новой басни Крылова или баллады Жуковского; правда, что многие дамы наши ничего не хотят знать, кроме известий о модах и элегий Ламартиновых, а Эмилии не говорят о литературе даже и за котильонами... Правда, что чтение не сделалось еще у нас такою необходимостью, как у иностранцев; но правда и то, что во всех сословиях нашего народа круг людей благомыслящих мало-помалу распространяется, что сии люди жаждут познаний, таким людям посвящается “Московский Вестник”...» [1, с. 74].

Погодин пишет о том, что «Московский Вестник» – это жертва на алтарь отечественного просвещения. Д. Веневитинов в письме к Погодину также пишет о просветительской цели издания: «... Получаешь ли ты иностранные журналы. Это необходимо. Заставляй переводить из них все ученые статьи, объявляй о всех открытиях, что поддерживает “Телеграф”. Мы азиатцы, но имеем претензию на европейское просвещение...» [1, с. 75].

В русле размышлений русской интеллигенции XIX в. (С. П. Шевырева, И. В. Киреевского, А. С. Пушкина и др.) о вкусах и ожиданиях читателя, обязанностях издателя М. Погодин в своем «Письме о русских романах» пишет: «Вчера было блистательное собрание у графини О... – Пред ужином, когда молодые люди наплясались, пожилые нагледелись, а престарелые наигрались в карты, – все собрались в кружок около стола, за которым сидела хозяйка, и начался разговор общий. Сперва похвалены были, как водится, все присутствовавшие взаимно друг другом, потом отпущено было несколько насмешек и косвенных замечаний на счет многих отсутствовавших, и наконец старик У... бросил камешек о Вальтере Скотте и о вновь вышедшем романе его “Вудстоке”. – Тут полились, разумеется, разногласные суждения об этом писателе, который достался у нас в добычу всем, и профанам, и посвященным: всякому хотелось намекнуть, что он читал или Маннеринга, или Аббата, или Антиквария. – “Как жаль, – сказала графиня О., – что мы не можем иметь Вальтера Скотта”. – “А почему же не можем, позвольте вас спросить, сударыня?” – промолвил я, слушавший дотоле в молчании наших аристархов. – “Причина ясная: у нас нечего описывать: древние русские – варвары, а новые – подражатели. Наш характер не имеет никаких отличительных признаков, – везде утомительное однообразие, такое же почти, как и на земле нашей, которая состоит из ровной степи”. – “Вы позабыли о Кавказе, Крыме, Сибири”. – “Они на краях”. – “Так согласитесь по крайней мере, что наша нищета от богатства. Вам кажется, что не стоит труда упоминать о краях, между тем как эти края больше иной середины: наш Крым, наш Кавказ...” – “Но в истории нашей нет Кавказа...”...» [2, с. 248-249]. Этот диалог – риторический прием, свойственный фельетону. Не теоретизируя и не вдаваясь в подробные объяснения, автор показывает суть проблемы читающей публики. Публика светская не привыкла мыслить глубоко и серьезно, и часто не знает своей истории, литературы, культуры, считая ее дикой и варварской.

Вместо того, чтобы сетовать в статье о том, как невежественна публика, Погодин в своих художественных произведениях («Русая коса», «Марфа Посадница» и др.) опирается на сюжеты из русской истории, и в своем «Письме» и журнальных статьях обрисовывает суть проблемы просвещения читателя, формирования у него читательской культуры практическим действием. Так, его рассказчик разворачивает историю Руси от норманнов до современности и заключает ее картиной тех различий, которых не увидела графиня О.

Он говорит о том, что характеры Иоанна Великого, Грозного, Годунова, Лжедмитрия, Шуйского, Софии, Петра не менее будут успешны в сценической постановке, чем характеры, которые рисует в своих произведениях Вальтер Скотт.

Кроме того, в России существует огромное разнообразие религий, «начиная от язычника, от северного зверолова, который надеется на том свете иметь самую обильную оленью ловлю, до мудреца, постигающего христианскую веру во всем ее высоком величии. Наши раскольники, скажу мимоходом, представляют черты, которых не имеют и пуритане шотландские» [2, с. 260].

В России есть все степени образования, разные сословия, у каждого из которых «есть свой язык, свой дух, своя одежда, даже своя походка, свой почерк. Одним языком говорит у нас священник, другим купец, третьим помещик, четвертым крестьянин» [2, с. 262].

Перечислив все периоды истории, все интересные лица, разнообразные события, особенности климата в разных частях России, рассказчик замолкает, а общество следует за хозяйкой обедать, позабыв про Вальтера Скотта и русскую историю. Однако не все так пессимистично, потому что Погодин пишет, что публика была возбуждена «сими душистыми словами», а значит, кому-то в душу они все-таки запали.

Письмо Погодина критикует в своей о «Северной лире» Н. Рожалин. Он упрекает автора письма в том, что «ему очень худо известны, кажется, современные обычаи в нашем большом свете. Читатели не помнят, чтобы на блистательном вечере, после танцев, перед ужином и молодежь и старики когда-нибудь собирались за один круглый стол делать друг другу приветствия, отпускать насмешки и заводить разговор общий. Верно, он писал свою речь в кабинете, а не произносил в гостиной» [3]. При этом, как нам кажется, он не уловил условности диалога в гостиной, иронично-постановочного, начиная с риторических фигур графини О. и старика У.

Таким образом, увлечение издательской и писательской деятельностью, интерес к современному литературному процессу и знакомство с А. С. Пушкиным подвигли М. П. Погодина на написание «Письма о русских романах», в котором он в форме беседы в светском салоне пытается показать суть проблемы национального чтения. В отличие от других своих оппонентов<sup>4</sup>, он не выдвигает особых мер по развитию вкуса к художественному слову у читающей публики, а рассказывает и показывает на конкретных исторических примерах, что в русской истории интересно, увлекательно, разнообразно, не менее, чем в иностранной словесности. Его письмо о русских романах имеет практическую направленность, рассказывая обо всех возможных темах для написания хорошего романа. Проблему

---

<sup>4</sup> Рецензентами этой статьи были П. А. Вяземский и Н. М. Рожалин. Они, найдя статью интересной, не согласились только с отдельными ее положениями (Московский телеграф, 1827, ч. XIII, № 3, отд. 1, с. 245--246; Московский вестник, 1827, ч. 2, № 5, с. 87).

формирования читательской культуры, таким образом, М. П. Погодин видел с практической точки зрения, ставя перед читателем в «Письме» своего рода зеркало, в котором отражается его настоящее лицо.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Барсуков Н. П. Жизнь и труды М. П. Погодина. В 22-х т. Т. 2. М., 1889.
2. Погодин М. П. Письмо о русских романах // Северная лира на 1827 год. М., 1827. С. 247 – 267.
3. Рожалин Н. М. Из статьи «Альманахи на 1827-й год» // Северная Лира на 1827 год. М., 1827. С. 231-232. (впервые: «Московский вестник», 1827, ч. 2, № 5, с. 86-88.

УДК 821.161.1  
908(0.062)

**«В ГЛАЗОВЕ ОВИДИЕВ МНОГО И ГОРАЦИЕВ...»:  
ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ЛИТЕРАТУРНОЙ ЖИЗНИ ГОРОДА**

**Закирова Н. Н.**

*кандидат филологических наук, доцент  
Глазовский государственный педагогический институт  
Глазов, Россия  
E-mail: natnik50@rambler.ru*

В статье представлен обзор культуры провинциального города Урало-Поволжья, анализируются достижения современных авторов Глазова, как литературного центра Удмуртии, обосновывается целесообразность создания энциклопедии «Глазов», изучения и введения в научный оборот понятия «глазовский текст».

**Ключевые слова:** Удмуртия, Глазов, современная литература, литературное краеведение.

**"IN GLAZOV OVIDIYEV IS A LOT OF AND GORATSIYEV ...":  
STROKES TO THE PORTRAIT OF LITERARY LIFE OF THE CITY  
Zakirova N.N.**

The review of culture of the country town of the Uralo-Volga region is presented in article, achievements of modern writers of Glazov as literary center of Udmurtia, the expediency of creation of the encyclopedia «Glazov», studying and introduction to a scientific turn of the concept «Glazov text» is proved are analyzed.

**Keywords:** Udmurtia, Glazov, modern literature, literary study of local lore.

*Стал ты мне, пускай не сразу,  
Светлым пятнышком в судьбе –  
Православный город Глазов  
С Божьим Оком на гербе...  
А. Углицких*

Город Глазов по праву считается северной столицей Удмуртии. Его история от загадки этимологии топонима свыше 330-летней давности до сегодняшнего дня содержит интереснейшие страницы: она отражает судьбоносные факты «биографии» страны в целом и имеет свою неповторимую судьбу. В «глазововедении», уже вполне созревшем для создания энциклопедии, конечно, видное место должны будут занять культура и литература.

Глазов – город с богатыми литературными традициями. Достаточно назвать имена таких классиков литературы Удмуртии, как Ф. Васильев,

О. Поскребышев, Д. Яшин, В. Парамонов, В. Захаров, Л. Смелков... Глазов оказался на «перекрестке» судеб и таких известных поэтов России, как С. Щипачев, Н. Старшинов, Р. Казакова, С. Наровчатов, отразивших в разные годы в своём творчестве личные впечатления о городе на Чепце.

Культурной код города складывался веками, он связан с историей просвещения, с ролью местной интеллигенции, духовенства и ссыльных писателей, с театральными, музыкальными, библиотечными, музейными, художественными, книгоиздательскими и литературными составляющими.

Значимую роль в формировании творческой атмосферы в Глазове сыграло городское литературное объединение, которое в 1970-80-е годы поочередно возглавляли А. Шибанов, И. Домченко, Н. Чумаченко, С. Анисимова и Л. Гожьянова. Здесь кипели жаркие споры, сталкивались разные мнения, начинающие поэты и прозаики встречались с известными писателями Удмуртии и России, учились мастерству в атмосфере требовательности и дружеской поддержки.

Многие годы бессменным куратором литературного объединения при газете «Красное знамя» был выпускник Глазовского пединститута, учитель словесности, Народный поэт Удмуртии О.А. Поскрёбышев, он с его педагогическим даром, с умением видеть сильные и слабые стороны поэтических опытов помогал «развернуть» творческий потенциал личности в наиболее плодотворном направлении. Лучшие произведения членов литературного объединения публиковались в периодике, в республиканских молодежных и в центральных альманахах. В 1980-е годы начали публиковаться и первые сборники молодых глазовских авторов.

Этапным в литературной жизни Глазова был выход в 1995 году приуроченного к юбилею города поэтического альманаха «Сентябрь».[1] В книге представлены краткие сведения о поэтах и отдельные их произведения. В сборнике многомерно зазвучала и тема Глазова, его прошлого и настоящего, пропущенная через индивидуальное восприятие авторов. Книга вызвала живой отклик у читателей и открыла новые горизонты для творческих поисков глазовских лириков.

Для многих поэтов, прозаиков, литературоведов стартовой площадкой в их творческих устремлениях стал Глазовский педагогический институт, в котором работали или учились многие классики удмуртской и русской литературы. К 50-летию ГГПИ было приурочено издание поэтического альманаха «Берег» (2002), в котором опубликованы произведения как мэтров отечественной поэзии (Д. Яшина, Ф. Васильева, О. Поскребышева, В. Парамонова, В. Захарова), так и поэтические опыты преподавателей, выпускников и студентов Глазовского пединститута. [2] И здесь пальму первенства следует отдать филологическому факультету, на котором работали преподаватели, увлекающиеся литературой и литературным творчеством. Глазовский пединститут и сегодня остается кузницей подготовки не только учительских и научных кадров, но и талантливых поэтов, прозаиков и литературных критиков. Значимый след в его истории

вписан литературным кружком профессора В. В. Захарова «Грани творчества».

Этапным изданием, в котором впервые были собраны воедино и воссозданы история литературного развития города и современная культурно-творческая жизнь глазовской интеллигенции, явилось учебное пособие по литературному краеведению с грифом министерства образования и науки Удмуртии «Наше культурное достояние», отразившее панораму культуры северной столицы Удмуртии «от Ломоносова до наших дней». [3] Начало XXI века ознаменовалось укреплением связей глазовских литераторов с Союзом писателей Удмуртии. Заметную роль в этом процессе сыграл Л. Смелков, ставший в 2003 году первым из глазовчан членом Союза писателей России. Затем по его рекомендации в разные годы в Союз писателей Удмуртии и России были приняты глазовские поэты, прозаики и литературоведы: В. Захаров, Э. Цегельник, М. Московкина, Р. Касимова, Н. Нелидова, Н. Закирова, С. Скопкарева, А. Мартьянов, Н. Лещёва и Г. Шафорост. Леонид Фёдорович, пожалуй, самый авторитетный и известный современный поэт из Глазова [4].

Лауреат премии УР в области литературы за 2017 год, он автор ряда лирических сборников. [5-9] Под руководством Л.Ф. Смелкова и при его непосредственном участии изданы поэтические альманахи «Ожерелье судьбы», «Мир един для всех», «Преодоление», в которых раскрылись литературные дарования людей с ограниченными возможностями и детей-сирот [10-12].



Рис. 1

Традиции литературных встреч и объединений 1960-80-х годов продолжают и сегодня. В библиотеке им. В. Г. Короленко систематически проводятся «Литературные среды» (рис. 1), на которых обсуждается творчество литераторов, организуются встречи с видными писателями и деятелями культуры и науки Удмуртии, России и зарубежья, проходят презентации книг, дни поэзии, литературные гостиные, читательские конференции, флэшмобы, квесты, перформансы, юбилеи и вечера памяти известных художников слова.

Бурная литературная жизнь глазовчан давно не уместается в рамках городского пространства. Продвижение творчества земляков активно проходит через Интернет. Колоссальную поддержку литераторам малого города России оказывает биографически связанный с Глазовом московский профессор, писатель и редактор Интернет-журнала «Литературной критики и словесности» («ЖЛКиС») А. К. Углицких. [13] Это именно ему принадлежат аналитические статьи о литераторах провинции, с его лёгкой руки имена глазовчан попали в столичный «бумажный» литературный журнал «Наша улица» (2007, № 88), в материалы конференций и монографию. [14-16]

«В обстоятельной объемной проблемно-аналитической статье-раздумье «Литературный эшелон», где речь идет даже о критериях «кастинга» на Нобелевское лауреатство, в разделе «Проза» упоминается поступивший в прошлом году в Литературный институт глазовчанин А. Колногородов («ЖЛКиС». 2006, № 4), а в поэтическом блоке цитируются студентка 4 курса филфака Дарья Булдакова («ЖЛКиС», 2006. № 5) и знаменитая «Сююмбике» нашего мэтра Л. Ф. Смелкова («ЖЛКиС», 2005. № 6). Вот уж поистине «Наступил на нашей улице праздник!» [17] Трогательно и гиперболически возвышенно о творческом потенциале земляков звучат восторженные строки А. Углицких:

Глазов – это город, только очень маленький:  
 Два кинотеатра, да народный суд.  
 Глазов – это холод, Глазов – это валенки,  
 Что зимой по городу взад-вперед снуют...  
 В Глазове Овидиев много и Горациев,  
 Во логах подснежников масса по весне,  
 Глазов – это станция, Глазов – это рация,  
 Что всегда звучит во мне на любви волне.

В числе важных для культуры региона акций стали открытие в городе аллеи памяти О. А. Поскрёбышева, пополнившей туристические маршруты литературного Глазова. Культурная жизнь «ненастоящего» города «королёноцентрична», потому традиционны проведение творческих



Рис. 2

конкурсов, игровых программ, митингов у памятника В. Г. Короленко, создание и постоянное пополнение в ГГПИ солидной королёковедческой базы научной и просветительской информации о писателе-правозащитнике.

Большой резонанс получил выход в свет книги, отражающей основные аспекты и направления наследия шестидесяти современных глазовских литераторов. [18] Название книги дала строка «В пути мы обретаем лица...» из стихотворения одного из её составителей, лидера литературного движения в регионе В. Захарова:

Да, время длится, время мчится,  
 Мы мчимся время торопя...  
 В пути мы обретаем лица,  
 Мы – скульпторы самих себя!

Литературно-художественный альманах «В пути мы обретаем лица...» (рис. 2) – это новый этап в истории и развитии творчества глазовчан. Впервые именно в этой книге отражены художественных искания не только

поэтов, но и прозаиков. В альманахе представлены различные жанровые и стилевые тенденции, разные поколения литераторов, в том числе творчество поэтов и прозаиков, рано ушедших из жизни. Читатель имеет возможность познакомиться и с произведениями авторов, живущих ныне в Москве, Санкт-Петербурге, Ижевске, Кирове, в других российских регионах и за рубежом, но поддерживающих творческие связи с родным городом.

Основное в альманахе – это индивидуальное чувство стремительно сменяющего эпохи времени и постановка острых нравственных проблем, это чувство ответственности за всё, что происходит в мире, и преданность родному краю авторов разных возрастов, профессий и национальностей, наделённых собственным художественным видением.

Альманах состоит из двух равновеликих и взаимосвязанных частей. В первой – «Колея судьбы» – опубликованы произведения авторов с уже сложившейся литературной судьбой, во второй – «В поисках себя» – отражены творческие искания авторов, активно прокладывающих свою «творческую колею» в поликультурном пространстве нашей литературы. Богато представлена в издании «женская» лирика и проза именами и произведениями Т. Ананиной, С. Анисимовой, Е. Данчук, Р. Касимовой, М. Московкиной, Н. Нелидовой, Э. Цегельник и др. (Презентации этого издания с успехом прошли в Глазове, Ижевске и Москве и получили позитивный отклик в СМИ).

Естественно, что эта книга не смогла вместить всё разнообразие творческих индивидуальностей, полиэтнической специфики и устремлений глазовских литераторов, поэтому вслед за первым выпуском литературного альманаха выйдет второй, который уже готовится к изданию. Посвящённый Глазову и его жителям, малой родине, очередной альманах будет с оригинальной структурой и с краеведческим в своей основе содержанием, с уже известными и новыми авторами, включит персоналии и образцы произведений не только поэтов и беллетристов, но и литературных критиков, журналистов, публицистов и тексты как на русском, так и на удмуртском, татарском, азербайджанском, немецком, финском и других языках. Верится, что находящаяся в поиске своего пути литературная составляющая провинциального российского города заслуживает того, чтобы появились энциклопедия о городе и термин «глазовский текст», который станет объектом научного исследования регионоведов, литературоведов, лингвистов, критиков и методистов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Сентябрь: Литературный альманах. – Глазов, 1995. – 180 с.
2. Берег : поэтический альманах / составители: Т. Ананина, В. Захаров; под редакцией Т. Ананиной. – Глазов: Глазовский государственный педагогический институт, 2002. – 138 с.
3. Закирова Н.Н. Наше культурное достояние: учебно-методическое пособие. – Глазов, 2007. – 368 с.

4. Закирова Н.Н. Всевидящее сердце // Наша жизнь: Ежемесячный журнал Всероссийского общества слепых. – М., 2012. – №7. – С.66-77.
5. Смелков Л. Я люблю вас, люди!: Сборник стихов. – Ижевск, 1990. – 56 с.
6. Смелков Л. Колокола весны: Сборник стихов. – Глазов, 1996. – 102 с.
7. Смелков Л. Живу и верую...: Сборник стихов. – Глазов, 2002. – 80 с.
8. Смелков Л. «Мы все твои, Россия, дети!»: стихи. – Глазов, 2012. – 196 с.
9. Смелков Л. Всё было так, как было: избранные произведения. – Глазов, 2016. – 235 с.
10. Ожерелье судьбы: Сборник стихов поэтов Удмуртии/ Ред. и состав. Л.Ф. Смелков. – Глазов, 2001. – 116 с.
11. «Мир един для всех»: Стихи лауреатов I Республиканского конкурса литературного творчества детей-сирот и детей с ограниченными физическими возможностями / Составитель и редактор Л. Смелков. – Глазов, 2009. – 91 с.
12. Преодоление. Стихи: литературно-художественное издание/ Составители: Смелков Л.Ф., Дюдина-Воскресенская Т.Г. – Ижевск, 2017. – 176 с.
13. «Журнал литературной критики и словесности»/ редактор А.К. Углицких. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://legeartis.medic-21vek.ru/>
14. Углицких А.К. Литераторы Глазова – в Интернете (по материалам «Журнала литературной критики и словесности») // Культура провинции: история и современность: Материалы международной научно-практической конференции 12-13 сентября 2008 г. – Глазов, 2008. – С.147-150.
15. Углицких А.К. Литераторы Глазова – в Интернете (по материалам "Журнала литературной критики и словесности")// Интернет-журнал литературной критики и словесности/ Ред. А.К. Углицких. – М., 2011. – Июнь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://lit.lib.ru/editors/u/uglickih\\_a\\_k/text\\_0150.shtml](http://lit.lib.ru/editors/u/uglickih_a_k/text_0150.shtml)
16. Углицких А.К. «От аза до ижицы...». Литературоведение, литературная критика, эссеистика, очеркистика, публицистика (1997—2017)// Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero. – Режим доступа: [readanywhere.ru/uglickix-andrej...ot-aza-do-izhicy...](http://readanywhere.ru/uglickix-andrej...ot-aza-do-izhicy...)
17. Закирова-Гущина Н. «На любви волне...» // «Журнал литературной критики и словесности» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.uglitskih.ru/critycs/zakirova%204.shtml>
18. «В пути мы обретаем лица...»: литературно-художественный альманах/ Составители: Н.Н. Закирова, В.В. Захаров, Л.Ф. Смелков; вступ. статья В.В. Захарова. – Ижевск: Удмуртия, 2015. – 384 с.

*Глазовский государственный педагогический институт им. В.Г. Короленко  
 Закирова Наталья Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры  
 русского языка и литературы  
 Глазов, Россия  
 E-mail: natnik50@rambler.ru*

## ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ РАССКАЗОВ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ РОАЛДА ДАЛА

*Пальмова Е.А.*

*кандидат педагогических наук*

*Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал)*

*ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»*

*Таганрог, Россия*

*E-mail: palmovalena@mail.ru*

В статье автор анализирует композиционную структуру коротких рассказов Роальда Дала для взрослых, показывает, что использование образных сравнений и зоонимов является одним из распространенных приемов характеристики персонажей, а также демонстрирует возможности применения рассказов Р. Дала на английском языке в целях формирования коммуникативной компетенции студентов филологических вузов и факультетов, в том числе роль произведений писателя в формировании межкультурной компетенции изучающих английский язык.

**Ключевые слова:** короткий рассказ, образное сравнение, композиция, ирония, образ персонажа.

### LINGUISTIC AND DIDACTIC VALUE OF ROALD DAHL'S SORT STORIES FOR ADULTS

*Palmova E.A.*

The article deals with the analysis of the composition of Roald Dahl's short stories for adults. The author shows that one of the author's most favourite means of characterization is the use of similes and zoonyms. It is demonstrated how Roald Dahl's unabridged short-stories in English can be used to develop the communicative competence of students studying at philological universities and faculties. The role of R. Dahl's short stories for the development of cross-cultural competence of those studying English is shown.

Key words: a short story, a simile, a composition, irony, a character-sketch.

Великобритания подарила человечеству много известных писателей, вклад которых в мировую культуру трудно переоценить. Одним из самых узнаваемых и читаемых литературных гениев «туманного Альбиона» XX века является писатель норвежского происхождения Роальд Дал. Девять его произведений были включены в список 200 лучших книг по версии Би-Би-Си, он входит в список 50 лучших британских писателей, начиная с 1945 года. Однако большая часть исследовательских работ посвящена произведениям Р. Дала для детей – «Матильда», «Чарли и шоколадная фабрика», «Большой и добрый великан» и другим, многие из которых экранизированы и завоевали сердца не только маленьких, но и взрослых зрителей.

Р. Дал создавал произведения не только для детей, но и для взрослых. Несмотря на то, что он по праву считается одним из лучших мастеров коротких рассказов XX века, в нашей стране его имя неизвестно широкому кругу читателей. В предлагаемой статье автор предпринимает попытку

представить своеобразие рассказов Р. Дала для взрослых и показать возможности использования его произведений для формирования коммуникативной компетенции русскоязычных студентов, изучающих английский язык, в том числе ее социокультурную составляющую.

Рассказы Р. Дала не зря считаются уникальными, неповторимыми. Они зачастую являются психологическими (*“The Man from the South”*, *“The Way Up to Heaven”*), иногда с элементами детектива (*“Lamb to the Slaughter”*), ироническими (*“Mrs. Bixby and the Colonel’s Coat”*, *“Parson’s Pleasure”*, *“The Champion of the World”*). Неотъемлемой чертой его рассказов выступает стилистический прием эффекта обманутого ожидания: постепенное развитие сюжета произведений часто направляют читателя по заведомо ложному пути логических умозаключений касательно концовки рассказа.

Рассказы Р. Дала обладают четкой композицией. Их начало, экспозиция, как правило, описывает повседневную жизнь персонажей, где не происходит ничего выдающегося. В развитии сюжета напряжение нарастает постепенно и незаметно для читателя, конфликт зачастую внезапен, кульминация представляет собой, образно выражаясь, поворот на 90<sup>0</sup>, развязка всегда неожиданная и зачастую неопределенна: ее можно обозначить как *cliff-hanging*. Автор оставляет за читателем право решать, будет ли наказано зло, будет ли у рассказа счастливый конец. Так, например, рассказ *“The Landlady”* заканчивается словами домохозяйки, делающей чучел из своих питомцев и постояльцев, *“No, my dear. Only you”*. И хотя читатель знает, что главный герой уже выпил чай с цианистым калием (об этом автор тоже прямо не говорит, в тексте содержится только фраза *“bitter almonds”*, или горький миндаль, чей запах, как известно похож на запах упомянутого яда), однако окончание рассказа все-таки оставляет крошечную надежду, что Билли останется жив.

В заголовках рассказов Р. Дал использует тот же прием обманутого ожидания, привлекая внимание читателя к фабуле рассказа и заставляя его вновь вернуться к заголовку после прочтения произведения и поразмыслить над ним еще раз. Так, в рассказе *“The Champion of the World”* «чемпионом мира» оказывается браконьер-неудачник, и заголовок принимает ироничный характер. В рассказе *“The Way Up to Heaven”* выбранный главным героем путь на самом деле приводит его к смерти, но попадет ли он на небеса – очень спорный вопрос. А рассказ *“Edward the Conqueror”* повествует о муже-тиране, во всем контролирующем свою жену, а не об известном завоевателе [2, 186].

Образы героев произведений Р. Дала – яркие, уникальные, неповторимые. Чаще всего автор выделяет ключевую характеристику персонажа. Так, говоря о миссис Биксби, Р. Дал описывает ее как *“a big, vigorous woman with a wet mouth”*. В этом контексте эпитеты *big* и *vigorous* (сильный, энергичный) дают персонажу отрицательную характеристику, подчеркивая ее напористость, деловитость, решимость, делая ее мужеподобной. Особенно очевидно это становится при сравнении жены с

мужем, мистером Биксби, которого автор описывает как “*small, neat and bony*”. Эпитет *wet* в сочетании со ртом миссис Биксби выступает символом сексуальности (вспомним, что у героини любовные отношения с полковником), в то время как более мягкий вариант этой фразы *moist lips*, который автор сознательно не употребляет в тексте, служит символом невинности и привлекательности. Кроме того, мокрый, слюнявый рот в этом рассказе символизирует жажду миссис Биксби к деньгам, богатству, власти: вспомним ее нежелание расставаться с подаренной норковой шубкой и мечты о том, в этом подарке она может все, а люди, увидев ее, будут бежать за ней, словно кролики. Эта черта характера миссис Биксби подтверждается и тогда, когда автор, описывая, как она пыталась наощупь понять, что же ей подарил полковник, прибегает к сравнению “*the fingers reaching out delicately, like tendrils*”. Уподобляя пальцы миссис Биксби усикам растений, Р. Дал указывает на ее цепкость, желание сделать своим все то, к чему она может подобраться.

Р. Дал часто в своих произведениях сравнивает персонажей с животными, выявляя, возможно, звериное начало в человеке и делая их характеристику еще более впечатляющей. Описывая своего компаньона, главный герой рассказа “*The Champion of the World*” говорит, что у него глаза были, словно у быка (“*The eyes were...ox-like*”). При этом очевидно, что эта характеристика в рассказе подразумевает не красивые глаза, а большие, выпученные, не привлекательные, что подтверждается также эпитетом “*pale*”. Говоря о том, как этот же персонаж пытался пробираться по лесу так, чтобы его не увидели егеря, автор прибегает к еще одному яркому образному сравнению (или что в стилистике английского языка называется *simile* [1, 93]): *He started crawling away swiftly on all his fours, like some kind of a monkey*, что сразу позволяет читателю визуализировать описываемую ситуацию и ее комичность.

В рассказе “*The Way Up to Heaven*” мистер Фостер манерой поведения напоминает белку: “*He had a peculiar way of cocking the head and then moving it in a series of small, rapid jerks. Because of this and because he was clasping his hands in front of him, near the chest, he was somehow like a squirrel – a quick clever old squirrel from the Park.*” Ироничный эффект создается и тогда, когда жена мистера Фостера замечает, что “*his legs were like goat’s legs in those ... trousers*”. Ноги козла в сочетании с манерой поведения белки делают мужчину малопривлекательным персонажем, не вызывающим читательских симпатий даже несмотря на ужас его смерти. Далее для описания главного героя автор употребляет оксюморон *coarse grey fur of his cheek*, при этом слово *fur* (*мех*, вместо единицы *bristle* – *щетина*) приобретает отрицательную коннотацию, придавая мистеру Фостеру еще большую схожесть с животным.

В уже упомянутом рассказе “*Mrs. Bixby and the Colonel’s Coat*” одежда мистера Биксби, которая, по его мнению, должна производить на окружающих впечатление и создавать ему репутацию модника, на самом деле блеф, и здесь автор опять прибегает к метафоре, называя его одежду

*plumage*, что обычно ассоциируется с опереньем птиц. По мнению его жены, герой похож на стареющего павлина (*an aging peacock*), распутившим свой хвост, но не понимающим, что от его былой красоты мало что осталось. Усиливается это характеристика путем дальнейшего сравнения мистера Биксби с одуванчиком (*the dandelion*), особенность которого заключается в способности к самоопылению, что делает его яркие желтые лепестки (как и костюмы мистера Биксби) ненужными для привлечения партнера.

Таким образом, наделение персонажей зооморфными и фитоморфными чертами является одним из любимых способов Р. Дала для характеристики героев, при этом его образные сравнения всегда уникальны, неожиданны и ярки. Апогеем этого приема описания персонажа является, на наш взгляд, один из поздних рассказов писателя “*Royal Jelly*” (или «*Маточное молочко*»), содержащий в себе элементы научной фантастики и гротеска. Главный герой рассказа, видя, что его новорожденная дочь теряет в весе, начинает добавлять ей в смесь маточное молочко. Это приносит свои результаты: очень скоро девочка становится пухленькая, как щеночек – “*as fat as a puppy*”.

Однако читатель тут же понимает, что эксперимент дал и побочный эффект – ребенок постепенно превращается в пчелу, тело становится непропорциональным, девочка напоминает гигантскую личинку: “*The baby was lying naked on the table, fat and white and comatose, like some gigantic grub that was approaching the end of its larval life and would soon emerge into the world complete with mandibles and wings*”. Гротескность рассказа возрастает, когда читатель узнает, что и отец девочки, чтобы избавиться от бесплодия, принимал маточное молочко, что отразилось и на нем: он стал походить на огромную пчелу “*There was no skin showing at all on the neck, not even at the sides below the ears. The whole of it ... was covered all the way around with those shortish silky hairs, yellowy black*”. В конце мистер Тейлор называет ребенка «*нашей маленькой королевой*», при этом “*queen*” здесь реализует как денотативное (отец не сомневается, что девочка будет походить на матку пчелы), так и экспрессивное значение, заключающееся в выражении обожания к своему ребенку. Заключительная сцена рассказа выражает ужас и беспомощность матери в создавшейся ситуации, при этом для создания образа миссис Тейлор, помимо многочисленных эпитетов и метафор, Р. Дал опять реализует излюбленный прием образного сравнения с животным: “*she looked suddenly like some kind of little fighting bird with her neck arched over towards him as though she were about to fly at his face and peck his eyes out*”. В данном случае сравнение носит положительный характер, показывая готовность матери сражаться за своего ребенка.

Уникальность этого рассказа состоит еще и в том, что автор с самого начала демонстрирует трагизм ситуации, сводя практически на нет возможность счастливого конца. Произведение открывается фразой миссис Тейлор “*It worries me to death, it really does*”, что обычно нехарактерно для большинства его рассказов.

Р. Дал – великолепный мастер слова, и круг используемых им выразительно-изобразительных средств языка для создания своих персонажей гораздо шире приведенных нами примеров. Композиция рассказов и художественные средства подчинены одной цели – оказать на читателя чрезвычайно мощное эмоциональное воздействие, при этом каждая деталь играет чрезвычайно важную роль для передачи подтекстовой информации, то, что можно обозначить словом *message*.

Помимо лингвистической, рассказы Р. Дала обладают высокой дидактической ценностью и могут с успехом применяться в образовательном процессе по английскому языку в условиях языковых вузов и факультетов. Речь здесь идет не только о развитии речевой и языковой компетенции, что достигается в ходе специально организованной беседы по прочитанным произведениям, направленной на обсуждение как фактической информации, так и замысла автора, смысла того или иного рассказа.

На примере рассказов Р. Дала студенты могут знакомиться со структурой коротких рассказов, учиться выделять их основные композиционные составляющие, изучать способы их построения: это могут быть и рассказы с рамочной конструкцией (“*a story within a story*”, “*a framed composition*”), повествование от первого или третьего лица, рассказы с ретроспективой (“*flashback*”), что способствует расширению знаний студентов в области литературоведения.

Анализ художественных образных средств углубляет знания в области стилистики английского языка, способствует применению теоретических знаний на практике, развивает языковую догадку и чувство языка.

Кроме того, эти рассказы могут способствовать постижению культуры страны изучаемого языка, поскольку многие из них содержат реалии, связанные с традициями, обычаями Великобритании, имена великих людей, аллюзии на известные личности. Это прослеживается в рассказе “*The Hitchhiker*”, где один из главных героев направляется на лошадиные скачки в Эпсомское Дерби, которые являются событием национального масштаба для Англии, собирающее на трибунах свыше 400 тысяч человек.

В рассказе “*The Champion of the World*” события происходят в сельской местности недалеко от Оксфорда, описания природы этого края очень поэтичны и противопоставляются описаниям героев – как браконьеров-неудачников, так и владельца лесов мистера Хейзела.

Бесценным с культурной точки зрения является, на наш взгляд, рассказ “*Parson's Pleasure*”, где представлены имена некоторых английских архитекторов, дизайнеров, мебельных мастеров; названия британских домов, построенных в том или ином стиле; автомобилей британских марок и многое другое. Представленный материал может послужить основой исследовательских работ студентов, мультимедийных презентаций, творческих проектов, выполненных как на основе реалий Великобритании, так и на основе сопоставления культуры двух стран – Великобритании и России.

Таким образом, рассказы Р. Дала характеризуются четкой структурой, широким разнообразием используемых выразительных языковых средств, черным юмором, который зачастую является эксцентричным, что выступает одной из основных черт британского характера. Они могут вызывать улыбку или ужасать, но несомненно то, что они всегда предсказуемо непредсказуемы и никого не оставят равнодушным.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов / И.В. Арнольд. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Флинта: Наука, 2002. — 384 с.
2. Миттельман К.О. Эффект обманутого ожидания в рассказах для взрослых Роалда Дала / К.О. Миттельман // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2010г. - №1. — С.184-187.
3. Dahl R. The Collected Short Stories by Roald Dahl. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://royallib.com/book/Dahl\\_Roald/The\\_Collected\\_Short\\_Stories\\_of\\_Roald\\_Dahl\\_Volume\\_1.html](https://royallib.com/book/Dahl_Roald/The_Collected_Short_Stories_of_Roald_Dahl_Volume_1.html). — Дата обращения: 12.12.2108г.

*Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»  
Пальмова Елена Андреевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры английского языка  
Таганрог, Россия  
E-mail: palmovalena@mail.ru*

## ЕКЗИСТЕНЦІЙНІСТЬ ЯК СУТНІСНА ОЗНАКА ЗОБРАЖЕННЯ МИТЦЯ У РОМАНІ М. РУДЕНКА «ОРЛОВА БАЛКА»

*Ярошевич І. А.*

*кандидат філологічних наук, доцент  
Донецький національний університет*

*Донецьк*

*E-mail:irinayaroshevich5@mail.ru*

В статті аналізується произведение українського письменника Н. Руденка «Орлова балка». Определен екзистенціальний підхід автора в зображенні творчої особистості. Особливе увагу приділено на художній інтерпретації сприйняття оточуючого буття головним героєм – художником Володимиром Тараном.

**Ключевые слова:** екзистенціалізм, світогляд, творча особистість, внутрішній світ, авторська концепція, художня інтерпретація.

### EXISTENTIALISM AS AN IMPORTANT FEATURE OF THE IMAGE OF THE CREATIVE PERSONALITY IN THE NOVEL BY N. RUDENKO "EAGLE BEAM"

*Yaroshevich I. A.*

The article analyzes the work of the ukrainian writer N. Rudenko «Eagle beam». The existential approach of the author in the image of the creative person is defined. Special attention is paid to the artistic interpretation of the perception of the surrounding being by the main character – painter V. Taran.

**Keywords:** existentialism, world perception, creative personality, inner world, author's concept, artistic interpretation.

Творча спадщина М. Руденка багатогранна, в ній вправно поєднані морально-етичні, естетичні, філософсько-теологічні, екологічні та інші проблеми, котрі своєю актуальністю порушуваних питань продовжують впливати на сучасний літературний дискурс.

З-під пера письменника, крім роману «Орлова балка», вийшли не тільки численні збірки поезій («Всесвіт у тобі» (1968), «Пером із янгольського крила» (2003)), а й футурологічний роман «Ковчег Всесвіту» (1995), спогади «Найбільше диво – життя» (1995), фантастичні романи «Син Сонця – Фаєтон» (2002) та «У череві дракона» (2007).

До аналізу художньої і публіцистичної творчості М. Руденка зверталися такі науковці: О. Бровко [3], Ю. Логвиненко [7], М. Павлишин [8], М. Слабошпицький [12], Л. Талалай [13], О. Тарнавський [14], В. Шевчук [15] та ін., у працях яких основна увага зосереджувалася на дослідженні тематики поетичних та прозових творів, їх поетики, жанрової природи, з'ясуванні авторської концепції буття, філософських художніх репрезентаціях.

Мета дослідження – з'ясувати особливості зображення митця у романі «Орлова балка», враховуючи екзистенціальний рівень його інтерпретації М. Руденком.

Науково-теоретичні основи проблеми екзистенційності та її багатовекторні вияви знайшли своє представлення у працях філософів-екзистенціалістів, зокрема Н. Аббаньяно [1], О. Больнова [2], для яких об'єктом рефлексій постає людина, її почуття, переживання, ставлення до навколишнього середовища, прийняття або неприйняття тих чи інших форм існування. Є. Коссак [6], Л. Скупейко [11] вважають, що екзистенціалізм подає ілюзорне вирішення проблеми сенсу людського життя, оскільки предметом його є внутрішній світ особистості, ізольованої від суспільства.

В. Пахаренко [9] розмежовує поняття «екзистенціалізм» та «екзистенційність», бо екзистенційне світосприймання або екзистенційність ширше явище, тоді як екзистенціалізм вужче й теоретично виокремлене. Дотримуємося визначення поняття «екзистенційності», запропонованого В. Пахаренком. На думку вченого – це «осмислення людиною її екзистенційного стану», тоді як екзистенціалізм – це «осмислення цього осмислення» [9, с. 9].

У літературознавчому словнику «Nota Bene» (за редакцією Ю. Коваліва) подається наступне пояснення прояву екзистенціалізму в художній літературі: «відбиває настрої інтелігенції, розчарованої соціальними та етичними теоріями» [4, с. 225].

Екзистенційні риси охоплюють низку естетичних категорій (трагічне, прекрасне, потворне, величне), етичних проблем (добро, зло, любов, ненависть, віра, зневіра, жорстокість, байдужість, совість, честь, щастя, егоїзм, альтруїзм), котрі яскраво виявилися у творах більшості українських письменників: Г. Сковороди, Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки. Безперечно, це торкнулося і творчості представників 60-80-х р. р. ХХ століття: В. Симоненка, М. Вінграновського, В. Дрозда, М. Руденка та ін., як і раніше, митці прагнуть збагнути причини трагічної невлаштованості творчої особистості.

Поява роману М. Руденка «Орлова балка» (написаний у 70-ті роки минулого століття, вперше виданий у Торонто 1982 року) знайшла схвальні відгуки у діаспорній критики. І. Качуровський, визначаючи найсуттєвіші риси цього твору, пише, що тут «ми бачимо, так би мовити, і надземне й підземне життя сучасної України» [5, с. 11]. Сам автор так говорить про свій роман: «Це була моя остання спроба узгодити нове світобачення з вимогами соціалізму...» [10, с. 3].

Зауваження І. Качуровського досить слушне, бо М. Руденко створює твір як надзвичайно широке епічне полотно, у якому намагається презентувати не тільки сучасні для нього реалії. Сьогодення переплітається з історичним минулим, індустріальні пейзажі Донбасу змінюються таємничим світом криміналу і катакомб Одещини.

Проблемне наповнення роману створюють, перш за все, світоглядні шукання творчої особистості, яка опиняється на «маргінесі постсталінського суспільства». Головний герой – Володимир Таран, з самого початку свого життєвого шляху знаходиться у скрутному становищі: вихованець дитячого

будинку, через складні умови життя формується вразливою особистістю. Навчаючись на третьому курсі художнього інституту, вже звертався до психіатрів, у цей же час починає пити. П'ятий курс молодий художник так і не зміг закінчити, його втягують у світ криміналу одеські контрабандисти, він *«був їхнім богомазом»* [10, с. 26].

Володимир, як досить справедливо зазначається у романі, *«слабка, нестійка істота»* [10, с. 351]. На відміну від протагоністів багатьох соцреалістичних творів, головного героя «Орлової балки» ніяк не можна назвати позитивним персонажем, тим більше прикладом для наслідування. Автор детально змальовує його непривабливі риси, навіть акцентує на цьому увагу, представляє носієм людських недоліків і помилок. Особливо відразливою стороною особистості Володимира є пристрасть до алкоголю, навіть Неля, його колишня дружина, відгукуючись про чоловіка, зневажливо говорила: *«Філософія потім прийшла. Разом з горілкою»* [10, с. 21].

У характері головного героя можна помітити й емоційну нестійкість, невротичні риси: *«...його духовні занепади були схожі на гірські лявину»* [10, с. 193], бо його думки про філософські питання інколи бувають дуже нав'язливими, схожими на хворобливі obsesії: *«В обличчі Володимира вгадувалося напружене духовне життя, гостра вразливість і схильність до рефлексій»* [10, с. 24], – таку точну і водночас розмиту портретну замальовку дає нам М. Руденко.

Таким чином, автор не прагне створити ідеалізований образ благородного митця. Це не героїчний тип інтелігента, що постає зі сторінок творів Б. Грінченка («Сонячний промінь») чи І. Франка («Лель і Полель») і живе життям народу. Володимир Таран – вирваний із реалій народного буття, хоча саму працю простих робітників поважає, навіть стверджує, що люди на заводах творять чудеса – *«навчили літати залізо»* [10, с. 319].

Мета пошуків Володимира розкрита автором вже на перших сторінках роману, адже він прагне віднайти гармонію із Всесвітом: *«Чого мені боятися кари, коли я – частка Всесвіту, і водночас цілий Всесвіт?»* [10, с. 23]. Те, що художник не знаходить свого місця в країні, М. Руденко пояснює наростанням кризових явищ, перш за все, у сфері духовній і моральній.

Письменник називає світоглядну картину Володимира Тарана *«онтологічним матеріалізмом»* [10, с. 90], адже в цій системі є місце й для діалектики: протиборство розгортається між Світлом і Темрявою. Світло – це першосуб'єкт і носій Світового Духу. Діяльність Духа можлива тільки з середини матерії, а так *«первинність матерії не заважає Духові бути творцем»* [10, с. 91]. Таке світобачення, за версією автора, навряд чи походить від діалектичного матеріалізму. Онтологічний матеріалізм Володимира Тарана – це яскравий приклад філософського дуалізму. При цьому ідея відіграє більшу роль, ніж матерія, виступаючи творцем: *«Вона, матерія, підкорюючись його (Духа) пориванням, стає комахою, деревом, квіткою, і нарешті людиною»* [10, с. 91].

Ставлення до релігії головного героя також не однозначне. У його світосистемі фактично є місце для Бога-творця, однак релігійний термін замінюється суто філософським поняттям Світового Духа чи Суб'єкта. Володимир послідовно розкривається читачеві як пантеїст. Бог у його свідомості існує, він *«жив не під церковним склепінням – він жив усюди та у всьому. І найповніше Бог виявляв себе в людині»* [10, с. 90]. Головний герой як особистість – еволюціонує, оскільки робить вже такі висновки: *«Наш мозок – орган цього Суб'єкта, його білковий апарат. У ньому живе він – Безмежний, Неосяжний! – а не просто моє маленьке "я"»* [10, с. 212].

Для нього природа – явище складніше за божество. Особливе значення має Сонце, джерело того самого Світла, що за велінням Світового Духа витворило усе живе й неживе. Людство Володимир Таран усвідомлює як продовження першосуб'єкта. Особливо виразним таке розуміння є тоді, коли головний герой виступає творцем: Ісус Христос для нього не божество, це *«Дух Сонця»* [10, с. 277].

Відчуваючи себе невід'ємною частиною великого Всесвіту, до природи Володимир ставиться дуже чутливо. Вона діє на нього, як ліки: *«світла, не змарнована природа відразу знімала будь-який гніт з душі»* [10, с. 30]. Спостереження за понівеченою природою Донбасу стає причиною нічних жахів. Терикон, що насувається на Орлову балку, – це наскрізний образ роману, що концентрує в собі всі негативні наслідки бездумного людського втручання в природний стан речей. Володимир фіксує свої враження й думки у картині «Каяття», зображуючи боротьбу Григора Медуна з териконом як пересторогу тим, *«хто прийде завтра на землю і повірить, що вона завжди була такою – без лісів, без джерел, без птахів. І, повіривши в цю похмуру дійсність довершуватиме страшне смертовбивство, бо головне – плян, плян!»* [10, с. 205].

Донеччина, край дивний для Володимира, стає місцем його нових моральних випробувань, відродження. Безумовно, й джерелом натхнення: це новий, незрозумілий світ: *«Донбас у Григорові, у Сашкові, в Іванові. Упокорений космос, що став для них тихим домашнім, наче хатне вогнище»* [10, с. 153].

Все ж Володимира не можна назвати стихійним протестантом, противником технічного прогресу. Спостереження за працею сталевара Сашка викликає у нього захоплення, дозволяє бачити дивовижне в досягненні людей, котрі здатні долати гравітацію. Своєї картини, намальованої для контрабандистів, – *«Христа розіп'ятого на високовольтному стовпі»* – він соромився, бо це *«...фальшиві картини, котрі таврують людство за те найбільше, найсвятіше, що воно встигло зробити: навчило літати залізо»* [10, с. 319]. Розмірковуючи над сутністю образу Христа в світовій культурі як символу прогресу, вже на лаві підсудних Таран розуміє, що *«земна людина – Син Людський! – порве кайдани гравітації і вирушить у безмежні простори Всесвіту»* [10, с. 444].

Місію художника Володимир бачить благородною, бо митець – це, перш за все, творець. Призначення його суспільству дуже важливе: *«Художник мусить пізнавати істину, а не шукати ефектних трюків. Поміж мистецтвом і наукою немає істотної різниці, окрім засобів пізнання: у вченого – мікроскоп, у художника – пензель. А пізнають вони те ж саме: глибинні можливості субстанції – її матеріальну та духовну природу...»* [10, с. 445]. Художник, перед яким схиляється Володимир, – Реріх, не тільки митець, а й філософ-містик, який розумів, що мистецтво – це магічний дотик до минулого. Через образ Володимира Тарана М. Руденко інтерпретує свої погляди.

Найповніше образ Володимира Тарана розкривається не через внутрішні пошуки й рефлексії, а через взаємини з людьми. Він постійно знаходиться у ситуації морального вибору. Усвідомлення того, що повинен відповідати за власні вчинки, вступати у протиборство з моральною слабкістю. Митцеві завжди потрібна підтримка більш сильної особистості, зрілої й мудрої, тому чекає поради від Сашка, свого нового родича, і навіть згодний спокутувати свою провину, звернувшись до правоохоронних органів.

Жінки у житті Володимира, на перший погляд, різні зовні, але є й те, що їх об'єднує, – сильний характер. Колишню дружину Нелю асоціює з водною стихією: *«Все здавалося хистким, буремним, наче вони в човнику долали океан»* [10, с. 141]. Мудру, фізично сильну Ксеню порівнює з землею: *«Її можна довірити і самого себе, і свої наміри та сподівання»* [10, с. 141]. У стосунках зі старшою Ксенєю не було вже конкуренції, як з ровесницею Нелею. Нарешті Володимир хотілося підкоритися розумній жінці, яку він глибоко поважав би й прийняв за справжнього друга.

Стелу, через проявлення дитячих рис, сприймає як витвір мистецтва: *«Це був витвір Сонця – чистий, світлий, прекрасний»* [10, с. 216]. Саме вона, після вироку суду, виявила бажання навідувати коханого у виправному таборі, розділяючи з ним покарання.

І хоча в стосунках із жінками та людьми поважного віку Володимир Таран виявляє себе тендітною особою, яка потребує постійної моральної підтримки, усе ж таки знайшов сили на вольовий вчинок: потрапивши під вплив контрабандистів, звернувся до правоохоронців, визнав провину і покався. Засуджений до трьох років виправних таборів, відбуває покарання за всіх подібних до себе митців-шукачів, здатних і до помилок, і до їх виправлення.

На думку письменника, Володимир став справжнім митцем: *«І, може, хтось, віднайшовши в архівах малюнок Тарана, проілюструє нам нашу епоху. Його не пектимуть сумніви, які пекли Володимира – він мовить: "Книжники та фарисеї себе впізнали"»* [10, с. 449]. Ці слова є натяком на те, що М. Руденко вбачає в Володимирові такого митця, що має розвінчати час фарисеїв і бути передвісником нової епохи.

Перед читачем постає образ Володимира складним і неоднозначним, він митець, що став на шлях пошуку істини. Письменник намагається художньо інтерпретувати усі протиріччя своєї епохи, коли морально-етичні істини знецінювалися, накопичувалися кризові явища. До того ж, через образ скаліченого митця автор у художній формі передає свої власні погляди на світоустрій, релігійне питання й навіть проблеми економічного характеру. У художньому плані образ Володимира розкривається найповніше через взаємодію зі своїм оточенням. Попри всі свої помилки і прорахунки, залишається людиною високих моральних принципів.

М. Руденко вважав, що роль митця у суспільстві надзвичайно важлива. Але це не значить, що кожен представник творчої інтелігенції повинен бути наділений різними привілеями. Навпаки, бути митцем – це значить, взяти на себе велику відповідальність. Володимир Таран, будучи людиною прогресивних поглядів, карався за свою необачність.

Призначення художника не менш важливе, ніж призначення вченого, обидва пізнають світ і прагнуть бути корисними для людей. Тож ні той, ні інший не мають права на брехню, бо це тяжкий гріх. Володимир Таран – справжній митець, здатний зачарувати людей своїм глибоким внутрішнім світом, служить зразком для наступних поколінь художників та загадкою для своїх сучасників. *«Мозок художника – загадка не лише для нього самого, але й для науки»* [10, с. 425], – ці слова звучать у фінальній частині роману – суду над митцем.

Таран впевнений, що суть мистецтва *«у людській вірі»* [10, с. 339] і доказом цьому слугують його чотири картини, кожна ілюструє певний етап його життя, кожному Володимир переживає болісно й нервово, навіть коли творив, то біологічне й людське відступало далеко на другий план: *«То не людина, а тільки пензель, тільки інструмент самого Сонця»* [10, с. 155].

Перша – «Христос, розіп'ятий на електровежі» – констатація екологічної катастрофи; друга – «Берег вічності» – своєрідний катарсис, пошук себе в безмежності всесвіту; третя – «Каяття» – пересторога-попередження для майбутніх поколінь; четверта – «Причинна» – апофеоз відновлення, перехід через трагічне у вічність.

Отже, наявність трагічних умов випробувань на вірність, справжність, людяність, відповідальність за свої вчинки, освітлені авторським духовним максималізмом як критерієм вартісності людини. Екзистенційність авторської оцінки суспільства та митця спрямовується в площину осмислення і усвідомлення трагічного їх співіснування.

Проблема екзистенційного морального вибору постійно стоїть перед митцем, бо з розвитком самосвідомості у суспільстві поширюються ідеї індивідуальної відповідальності за власні вчинки. Митець увесь час повинен робити вибір і вирішувати, бо він і тільки він за все відповідає, а для цього, за задумом автора, потрібна стійка віра, *«...страх мусить померти. Якщо є страх – немає віри...»* [10, с. 38], адже *«художника породжують щирість і повнота душі, а хитроці з самим собою здатні породити лише*

*безпринципного міщанина»* [10, с. 39]. Митцеві доводиться часто бути самотнім. Самотність переживав і Володимир Таран. Однією із важливих екзистенційних ознак є самотність – як захисна реакція митця на тотальне поневолення власного «я».

Володимир Таран так розмірковує про сутність мистецтва: *«Беремо зовнішнє, бо сутність схована за формою, а ми боїмося відкинути шкарлупу, хоч і знаємо, що курча народжується із жовтка, не від шкарлупи»* [10, с. 49]. Микола Руденко наголошує на тому, що людина не може бути справжнім творцем, не переживши цих мук. Головна ж риса творця – це високі моральні принципи, на які можуть орієнтуватися й інші люди.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Аббаньяно Н. Структура екзистенції. Введение в экзистенциализм. Позитивний екзистенциализм / Н. Аббаньяно. – СПб. : Алетейя, 1998. – 506 с.
2. Больнов О. Философия экзистенциализма. Философия существования / О. Больнов; [А. Колесников (науч. ред.), Ю. Сандулов (сост.), В. Сальников (науч. ред.)]. – СПб. : Лань, 1999. – 224 с.
3. Бровко О. Лірика Миколи Руденка / О. Бровко. – Луганськ : Альма-матер, 2003. – 173 с.
4. Гром'як Р., Ковалів Ю. Екзистенціалізм у літературі // Літературознавчий словник-довідник / [редкол. : Р. Гром'як, Ю. Ковалів, В. Теремко]. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.
5. Качуровський І. Проза Миколи Руденка / І. Качуровський // Руденко М. Орлова балка. – Торонто – Балтимор : «Смолоскип» ім. В. Симоненка, 1982. – С. 9-15.
6. Коссак Е. Экзистенциализм в философии и литературе / Е. Коссак. – М. : Политиздат, 1980. – 360 с.
7. Логвиненко Ю. В'язничя лірика Миколи Руденка як відображення епохи / Ю. Логвиненко // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. – № 1. – 2014. – С. 60-67.
8. Павлишин М. «Собор» Олесья Гончара та «Орлова балка» Миколи Руденка: навколишнє середовище як тема й аргумент / М. Павлишин // Канон та іконостас. – К. : Час, 1997. – С. 44-61.
9. Пахаренко В. Начерк Шевченкової етики / В. Пахаренко. – Черкаси : Брама – Україна, 2007. – 208 с.
10. Руденко М. Орлова балка / М. Руденко. – Торонто – Балтимор : «Смолоскип» ім. В. Симоненка, 1982. – 455 с.
11. Скупейко Л. Текст автора як екзистенційне страждання / Л. Скупейко // Слово і час. – 2001. – № 11. – С. 74-83.
12. Слабошпицький М. Горить його свіча: [до 80-ліття від дня народж. Миколи Руденка] / М. Слабошпицький // Дивослово. – 2000. – № 12. – С. 14-16.
13. Талалай Л. Муза Миколи Руденка / Л. Талалай // Березіль. – 2003. – № 7-8. – С. 164-178.
14. Тарнавський О. «Микола Руденко» – Паскаль доби соцреалізму / О. Тарнавський // Відоме й позавідоме. – К. : Час, 1999. – С. 241-259.
15. Шевчук В. Архітектура Всесвіту за Миколою Руденком / В. Шевчук // Дніпро. – 2000. – № 11-12. – С. 81-85

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
Ярошевич Ирина Андреевна кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры  
славянской филологии и прикладной лингвистики  
Донецк  
E-mail:irinayaroshevich5@mail.ru*

# ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА ДИАЛОГА КУЛЬТУР В СОВРЕМЕННОЙ ПОДРОСТКОВОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТРИЛОГИИ СЬЮЗЕН КОЛЛИНЗ «ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ»)

*Майборода Н. В.*

*кандидат филологических наук, доцент*

*Донецкий педагогический институт*

*Донецк*

*E-mail: nata.m.06@yandex.ru*

В статье рассматривается специфика интертекстуальных отсылок трилогии «Голодные игры» современного американского автора Сьюзен Коллинз. Выявляется роль мифа и художественной литературы в сюжетной канве произведений. Отмечен диалогизм «Голодных игр» как с античной культурой (мифология, топонимика, антропонимика, гладиаторские бои), так и с классической европейской литературой (В. Шекспир) и с литературой XX века (Дж. Оруэлл, Харпер Ли). Трилогия рассматривается как в контексте жанра фэнтези, так и в аспекте антиутопии.

**Ключевые слова:** интертекст, аллюзии, пародия, фэнтези, антиутопия.

## INTERTEXTUALITY AS A FORM OF CULTURE'S DIALOGUE IN MODERN TEENAGE LITERATURE (ON MATERIAL OF SUSAN COLLINS TRILOGY «THE HUNGER GAMES»)

*Mayboroda N. V.*

The specifics of intertextual allusions of the modern American writer Susan Collins trilogy «The Hunger Games» are considered in the article. The role of the myth and fiction in the plot is determined. The dialogism of «The Hunger Games» with ancient culture (mythology, toponymics, an anthroponymy, fence play), and with classical European literature (W. Shakespeare) and with XX century literature (J. Orwell, Harper Lee) is noted. The trilogy is studied both in the context of a fantasy and in aspect of dystopian novel.

**Keywords:** intertext, allusions, parody, fantasy, dystopian novel.

Исследование интертекстуальности в художественной литературе начинается с концепции М. М. Бахтина о диалогизме творческого процесса и его трактовки понятия «чужое слово». Сам термин «интертекстуальность» был введен Ю. Кристевой, а исследования в этой области были продолжены такими учеными, как Р. Барт, Ж. Женнет, М. Риффатер, Н. Фатеева и другие.

Не ставя перед собой цель теоретического исследования проблемы интертекста, которое уже не единожды было сделано в трудах ученых, отметим только, что он проявляется в разных формах (аллюзия, цитата, реминисценция, центон, пародия и др.), каждая из которых на сегодня тоже достаточно детально изучена наукой.

В данной статье мы обращаемся к определению особенностей интертекста в произведениях для подростков. Материалом исследования стала трилогия С. Коллинз «Голодные игры». Выбор произведения для анализа обусловлен как его популярностью среди современных подростков, так и стремлением проследить, каким образом интертекст реализуется в массовой подростковой литературе.

Таким образом, целью исследования является выявление интертекстуального характера трилогии Сьюзен Коллинз «Голодные игры».

Анализируемая трилогия состоит из трех романов:

«Голодные игры» (2008),

«И вспыхнет пламя» (2009),

«Сойка-пересмешница» (2010).

Все они связаны единым сюжетом и героями, соответственно, об интертекстуальности произведений также можно говорить, анализируя их как единое целое. Так, в изображении борьбы подростков за выживание на арене без труда угадываются римские бои гладиаторов. Главная героиня Китнисс Эвердин и ее возлюбленный Пит Мелларк побывали на арене дважды: как трибуты очередных Голодных игр, и как трибуты Квартальной Бойни. Вместе с тем в третьем романе, идя к Капитолию – столице Панема – они снова проходят череду испытаний, каждое из которых может привести к смерти, что также напоминает им пресловутую арену.

На связь гладиаторских боев и своей книги указывает сама С. Коллинз: «в детстве я смотрела очень много фильмов о гладиаторах: древние римляне умели превращать казни в массовые развлечения» [1, с. 5]. В романах трилогии трибуты (подростки в возрасте от 12 до 18 лет – по два человека от каждого из 12 дистриктов) выходят на арену, чтобы сражаться до смерти. Из 24 выживает только один, а высшее общество страны наслаждается жестоким зрелищем. Трибуты убивают друг друга, но они могут погибнуть и по ряду естественных причин (голод, переохлаждение), попав в мир дикой природы, а также от созданных руками человека ловушек.

В арене, на которую выходят трибуты, угадывается и лабиринт Минотавра. В этом случае на связь также указывает сама автор. В предисловии к первому тому она отмечает: «Наверное, первые семена были посеяны еще в детстве, когда в возрасте восьми лет я увлеклась мифологией и прочитала историю о Тесее. Миф рассказывает о том, как в наказание за прошлые провинности афиняне должны были в определенные годы посылать на Крит семь юношей и семь девушек. Там их бросали в Лабиринт, обрекая на съедение чудовищу Минотавру. Уже тогда, в третьем классе, я осознала безжалостный смысл этого требования: попробуйте тронуть нас, и мы не просто убьем вас, мы будем убивать ваших детей» [1, с. 5]. В приведенной цитате не только отмечена интертекстуальная отсылка, но и раскрывается отношение автора к бессмысленной жестокости созданного ею же мира. Очевидно, что она создает свою антиутопию с целью показать, к чему может привести жизнь в тоталитарном обществе.

Вспоминая о Минотавре, Коллинз населяет созданный ею мир другими чудовищами – так называемыми переродками, которые представляют собой страшный гибрид хищника и убитых на арене трибутов. Помимо них, на арене находятся также осы-убийцы, яд которых вызывает страшные галлюцинации, а нередко – и смерть. Эти монстры, созданные при помощи достижений науки, в итоге оказываются гораздо страшнее, чем мифический

Минотавр. Помимо этого, каждый из трибутов, пытаясь убить других, также становится Минотавром. В любом случае, с каким бы конкретно «минотавром» не столкнулись трибуты, выхода из замкнутого пространства нет для 23 из них, и только один вернется домой (правда, Китнисс удается обмануть систему, и они с Питом выходят победителями вдвоем).

Возвращаясь к интертекстуальным связям трилогии, отметим, что указанные выше аспекты являются реминисценциями, то есть использованием мотивов ранее известных произведений искусства. Однако в тексте романа присутствуют и менее явные, но все же легко угадываемые отсылки к античному миру. Прежде всего, столица созданной фантазией автора страны называется Капитолий. Как известно, такое название носил один из холмов, на котором расположился позднее Древний Рим. Так что данная отсылка еще раз указывает на связь произведения с римской культурой. Арены гладиаторов находились в Риме, так что вполне логично нахождение арены для трибутов в Капитолии.

Однако у слова «Капитолий» есть и еще одно значение: так в США называют здание, в котором заседают законодательные органы. Следовательно, назвав столицу Панема Капитолием, Коллинз намекает и на связь мира Голодных игр со своей страной. Собственно, Панем находится на бывшей территории Северной Америки и возник после неназванного автором катаклизма, так что связь фантастической страны с Америкой и так очевидна.

Что же касается названия самой страны, здесь снова появляется связь с античной культурой. Это название происходит от латинского крылатого изречения «Хлеба и зрелищ!» («Panem et circenses»), которая принадлежит Ювеналу и указывает на тот способ правления, при котором для бедных римских граждан проводились бесплатные развлечения и раздавался бесплатный хлеб. Разумеется, в мире Голодных игр не хватает хлеба, а вот зрелищ (причем кровавых) там более чем достаточно.

Указания на римскую культуру можно заметить и в именах целого ряда персонажей:

- распорядители игр носят имена Сенека (римский философ, поэт) и Плутарх (греческий философ, писатель),
- ведущие шоу – Цезарь и Клавдий,
- стилисты Китнисс – Цинна (Луций Корнелий Цинна – один из древнеримских политиков),
- его помощники Флавий (родовое имя в Древнем Риме) и Октавия (римское женское имя),
- стилист Пита – Порция (в истории – сестра римского полководца Катона),
- один из трибутов – Катон.

Несложно прийти к выводу о том, что такие имена призваны лишней раз подчеркнуть связь мира Голодных игр и римской культуры. В мире Древнего Рима вполне естественным было отправлять на верную смерть гладиаторов (как правило, сильных мужчин), в то время как в мире Голодных

игр на смерть отправляют детей, что делает эту реальность гораздо более страшной.

Наименование «трибуты» – это еще один тип связи римской культуры с анализируемой трилогией. В Панеме, как уже было отмечено, так называли подростков, идущих на смерть на арене (впрочем, во второй части трилогии трибутом стали Победители прошлых игр разных лет, которые, разумеется, были разного возраста). В Древнем Риме словом «tributum» назывался прямой налог, который в разные времена взимался с граждан или с провинций. В Панеме же «налогом», взимаемым с дистриктов, становятся дети граждан.

Все перечисленные выше интертекстуальные связи (название страны, столицы, имена второстепенных персонажей, наименование трибутов) являются аллюзиями, то есть не прямыми указаниями на связь с античностью, а намеками.

Помимо связи с античной культурой (прежде всего, с римской), в тексте «Голодных игр» угадываются и аллюзии к отдельным произведениям литературы. Для начала, мотив совместного самоубийства – это отсылка к Ромео и Джульетте В. Шекспира. В отличие от героев английского классика, Китнисс и Пит не покончили с собой, однако, взяв в руки ядовитые ягоды и намекая, что сейчас они совершат двойное самоубийство, герои побеждают систему и «коронуются» вдвоем. Впервые в истории Игр было объявлено два победителя.

Вопрос только в том, что Китнисс притворялась влюбленной в Пита, и ее игру разгадал президент Панема Сноу. Китнисс понимает, что за свою хитрость может быть наказана, и потому продолжает свою игру, стараясь быть как можно более убедительной: «Если не сумею... Значит, у меня еще есть шанс. Странно, на арене мне ничего такого даже в голову не пришло. Я хотела только обмануть распорядителей, совсем не думала о Капитолии. Но Голодные игры — это его оружие; никто не имеет права ему противостоять. И поэтому сейчас власти сделают вид, что у них все было под контролем. Что они сами подвели нас к двойному самоубийству. Но для этого я должна им подыграть» [1, с. 366]. Главная героиня стоит перед более серьезным выбором, чем Джульетта, поскольку в этом случае речь идет не только о ее жизни, но и о жизни близких ей людей и, вероятнее всего, целого дистрикта.

Следующая интертекстуальная отсылка в трилогии связана с антиутопией Джорджа Оруэлла «1984». Сам по себе роман Оруэлла имеет значительные интертекстуальные связи с антиутопией Е. Замятина «Мы», причем касается это разных аспектов, начиная от самой трактовки тоталитарного государства и заканчивая схожими мотивами (промывка мозгов) и образами (Благодетель – Старший Брат).

О трилогии Сьюзен Коллинз не стоит говорить в контексте непосредственной связи с романом Оруэлла. Любая антиутопия по своей сути такова, что изображает общество «нежелательное», предупреждает человечество о негативных последствиях создания такого общества, а это

делают произведения и Коллинз, и Оруэлл, и других создателей антиутопии. Но в создании тоталитарного общества, в котором рядовой гражданин абсолютно бесправен, Сьюзен Коллинз, несомненно, следует как за Оруэллом, так и за Замятиным. Здесь же нельзя не вспомнить и роман О. Хаксли «О дивный новый мир», в котором изображено общество потребителей, погрязших в развлечениях (чем не публика Капитолия у Коллинз?).

Впрочем, вопрос о жанровой своеобразии романа С. Коллинз и в связи с этим – о его отношениях с другими антиутопиями требует отдельного исследования.

Наконец, аллюзивной является связь трилогии Коллинз с романом Харпер Ли «Убить пересмешника». В этом контексте изначально можно обратить внимание на название романа Ли и третьей части трилогии Коллинз («Сойка-Пересмешница»). Впрочем, Сойкой-Пересмешницей Китнисс стали называть еще после первых игр благодаря ее броши-талисману, равно как и благодаря тому, что она взяла «на вооружение» переключку соек, когда заключила на арене союз с Рутой.

Правда, связь «Голодных игр» и «Убить пересмешника» в этом контексте не так и очевидна, поскольку в романе Харпер Ли пересмешник является символом невинно обиженного, униженного, в то время как Китнисс-Сойка – это символ революции (что особо проявляется в третьем романе серии).

Зато более очевидна связь такого мотива, как авторитет отца для дочери, то, что отец учит свое дитя не только основным навыкам поведения и выживания, но и высшим моральным истинам. Правда, отец Глазастика (героиня романа Х. Ли) жив, в то время как отец Китнисс погиб, но в любом случае его авторитет для девочек непререкаем. И юрист Атикус Финч, и простой шахтер из 12-го дистрикта на примере своих поступков учат дочерей тому, что каждый человек изначально свободен, и что общество не должно прерывать эту свободу.

Таким образом, в трилогии Сьюзен Коллинз «Голодные игры» интертекстуальные связи проявляются на нескольких уровнях: реминисценции и аллюзии, указывающие на связь с античной мифологией в частности и древнеримской культурой в целом (имена, географические названия, наличие арены и трибутов на ней); аллюзии к пьесе В. Шекспира «Ромео и Джульетта» (мотив двойного самоубийства), а также к произведениям Дж. Оруэлла «1984», Е. Замятина «Мы» и О. Хаксли «О дивный новый мир» (эти аллюзии проявляются в первую очередь благодаря самому жанру антиутопии); наконец, в тексте трилогии есть и аллюзии к роману Харпер Ли «Убить пересмешника», выявляемые как на уровне названия, так и в мотиве влияния отца на развитие внутреннего мира дочери.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Коллинз, С. Голодные игры / Сьюзен Коллинз; пер. с англ. А. Шипулина. – М.: АСТ, Астрель, 2010. – 382 с.
2. Коллинз, С. И вспыхнет пламя / Сьюзен Коллинз; пер. с англ. Ю. Моисеенко. – М.: АСТ, Астрель, 2010. – 414 с.
3. Коллинз, С. Сойка-пересмешница / Сьюзен Коллинз; пер. с англ. А. Шипулина. – М.: АСТ, Астрель, 2012. – 415 с.

*Донецкий педагогический институт*

*Майборода Наталья Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент  
кафедры документоведения и библиотековедения*

*Донецк*

*E-mail: nata.m.06@yandex.ru*

# ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В НОВОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЕ

*Грабельников А. А.*

*доктор исторических наук, профессор  
Российский университет дружбы народов,  
Москва, Россия*

*E-mail: grab@mail.ru*

*Грабельникова М.А.*

*руководитель компании «Киномейкер»  
Москва, Россия*

*E-mail: 7712833@ gmail.com*

В статье исследуются изменения в информационной среде с внедрением в нее интернета. Рассматриваются проблемы, которые встали перед традиционными СМИ в новой технологической реальности, их пути модернизации и трансформации. Анализируется переход СМИ в конвергентный и мультимедийный режим в условиях визуализации и экранной коммуникации. Делается акцент на проблемах, которые несет новая коммуникативная среда молодому поколению.

**Ключевые слова:** трансформация СМИ, коммуникативная среда, визуализация журналистики, экранная коммуникация, конвергенция, мультимедиазация.

### THE TRANSFORMATION OF JOURNALISM IN THE NEW COMMUNICATIVE ENVIRONMENT

*Grabelnikov A.A., Grabelnikova M.A.*

The article examines the changes in the information environment with the introduction of the Internet. The problems faced by traditional media in the new technological reality, their ways of modernization and transformation are considered. Media transition to convergent and multimedia mode in the conditions of visualization and on-screen communication is analyzed. The emphasis is placed on the problems that the new communicative environment brings to the younger generation.

**Key words:** transformation of media, communicative environment, the visualization of journalism, the screen communication, convergence, multimediality.

Интернет, как известно, существенно преобразил традиционный медиаландшафт. Он появился не как очередное высокотехнологичное средство массовой информации, а как качественно новая коммуникативная среда, которая поглотила в себя все существующие средства массовой информации и другие многочисленные информационные ресурсы. Здесь есть место электронным версиям книжной продукции, периодической печати, фотожурналистике, каналам телевидения и радиопрограммам,

кинопублицистике и информационным агентствам, другим средствам коммуникации – библиотекам, архивам, фотогалереям, электронной почте и т.д. Интернет перевел в режим общения всех субъектов информационных процессов. Их интерактивность изменила устоявшийся порядок однонаправленного влияния СМИ на аудиторию (субъектно-объектные отношения), поломала их монологическое господство в сфере массовой информации. Безголосый получатель информации – народ – вдруг приобрел собственный голос и собственные права в этом информационном хоре (субъектно-субъектные отношения). Наряду с устными коммуникациями он теперь может использовать в своей информационной деятельности и технические. Благодаря этому разрушается монополия СМИ на производство и распространение информации. Использование социальных сетей, блогов перечеркивает один из главных факторов СМИ - пассивность аудитории, которая теперь может не только участвовать в производстве информации, но и искать информацию без посредничества и интерпретации СМИ. В результате традиционная журналистика рискует оказаться на обочине информационных супермагистралей.

Возрождение субъектно-субъектных отношений в информационной сфере восстанавливает естественный процесс коммуникативных действий, направленных на *со-общение, со-знание, со-гласие, со-словие, со-весть, со-мыслие*. Совместное бытие, *со-бытие* издревле диктовало все эти общие правила, чтобы человеческое общество могло нормально существовать и развиваться во времени и в пространстве. Диалогизм, обеспечивающий людям взаимопонимание, возможность свободного обсуждения всех жизненно важных проблем и принятия наиболее оптимальных решений, может быть восстановлен на качественно новом уровне как внутри нашего общества, так и на глобальном уровне между различными странами и народами. Использование его всеми в гуманных целях ведет к взаимообогащению, к более высокому материальному и духовному развитию. Ведь основной стержень-идея коммуникации - это *со-общение* культурных опытов человечества [1, с. 10-12].

На смену печатным текстам приходит визуальная коммуникация. Дигитализация, т.е. перевод любого текста в цифровую форму, которая «уравнивает» печатное слово, звук и движущееся изображение, привела к тому, что такой мультимедийный текст можно прочесть только на экране. Это может быть ноутбук, планшет, мобильный телефон, телевизор. Процесс производства и потребления информации на глазах движется к разнообразным экранным формам.

Нарождающееся информационное общество выдвигает на первый план свой аудиовизуальный язык, где главное - не только о чем-то рассказать, но и показать. Социальные сети с их видеороликами и фотографиями, Skype-технологии, позволяющие общаться и видеть друг друга в режиме реального времени, уже стали обыденным делом. И если раньше экранное производство – кино, телевидение – требовало специальной квалификации, то сегодня

любой владелец экранного устройства – сам себе и режиссер, и оператор, и журналист. Любительские видеосюжеты, снятые на телефон и отражающие какие-то важные события, начинают конкурировать с продукцией профессионалов, их пытаются заполучить ведущие телеканалы и показать своей аудитории.

Тем не менее профессиональные производители массовой информации, которые в отличие от любителей несут ответственность за точность и объективность отражения действительности, всегда будут востребованы обществом, а информационным – особенно. На них возлагается роль лоцманов в необъятном море информации.

В связи с этим встает вопрос подготовки конвергентных или, другими словами, универсальных журналистов, которые бы могли готовить тексты для разных средств массовой информации, учитывая особенности каждого из них. И прежде всего экранных текстов. То есть они должны профессионально владеть не только пером, но и фотоаппаратом, видеокамерой, уметь собрать оперативную информацию для инфографиков, подготовить аудиоиллюстрацию, обладать навыками видеомонтажа и обработки фотографий, передачи мультимедийных файлов несколькими способами, использовать разнообразные платформы доставки потребителям плодов своего творчества. Визуальный ряд мультимедийных СМИ включает статичную иллюстрацию (рисунок, карикатура, карта, стоп-кадр, превью к инфографике), фотоленты, фотогалереи, фоторепортажи, слайд-шоу, видеосюжет, видеоочерк, видеокomentarий, видеоколонку, потоковое видео с места событий [2, с.131-140].

Конвергентная редакция требует также новый тип редакторов, которые умеют собирать разрозненные материалы в мультимедийные продукты, расфасовывать по приложениям и доставлять в соответствии с запросами разных пользователей. Некоторые вузы уже готовят кадры для новых медиа. Так, во ВГИКе открылась специальность «Режиссура мультимедиа», которая сочетает режиссуру кино и телевидения с профессией художника-постановщика цифрового кино, создателя компьютерной графики и анимации, компьютерных персонажей, плоскостных и трехмерных декораций и пространств. На факультетах журналистики университетов кадры для новых медиа пока целенаправленно не готовят. Многие редакции СМИ осваивают такие технологии самостоятельно. Особенно это актуально для региональных изданий, находящихся на грани выживания. Для привлечения молодой аудитории, рекламодателей здесь важно внедрять новые мультимедийные, интерактивные формы, развивать сайты с удобными сервисами и навигацией, богатым иллюстративным, визуальным рядом. Думается, мультимедийная экранная продукция и дальше будет активно расширяться, поскольку аудиовизуальный язык становится основным в информационном обществе.

Медиаэксперт Андрей Мирошниченко считает, что привязанная к новым цифровым платформам меняется структура профессиональных

компетенций. Это сейчас один из главных вопросов для работников медиа, для журналов, для редакций. Автор выдвигает несколько основных тенденций в последующем развитии СМИ [3].

Первая: переход от процессного подхода к продуктовому. Раньше специалист в медиа продавал свое умение, а теперь все больше — продукт. Теперь статья - не текст, а проект, для успеха которого первичны замысел и видение автором конечного результата.

Продуктовый подход ведет к другому принципу организации труда, и это проявляется во второй тенденции: совмещение авторства и менеджмента. Автор материала как проекта выступает одновременно и творцом, и руководителем. То, что раньше было компетенцией редактора, спустилось в производственной вертикали на ступеньку вниз и стало прерогативой автора. В мультимедийной среде автор отвечает не только за разработку и изложение материала, но и за придумывание всех сопутствующих элементов: от текстовых подверсток и инфографики до мультимедийных форматов. Автор проекта становится исполнителем в той части работ, в которой имеет нужные компетенции, и заказчиком там, где нужны специальные навыки, знания или инструменты, которых у него нет. Но и в этом случае он должен понимать, как они устроены и какой продукт от них надо получить.

Расширение своих и понимание чужих компетенций проявляется в третьей тенденции - новой универсализации. Гаджеты и программы позволяют, а экономика заставляет журналистов делать многие вещи, для которых раньше потребовался бы отдельный специалист. Фотографии, инфографику, верстку, видео, аудио, распространение — все это можно теперь делать самому. Автоматизация будет прогрессировать, открывая неспециалистам доступ ко все более сложным технологиям, включая кино, мультипликацию, разные форматы интерактива, виртуальную реальность, дополненную реальность. Поэтому ключевым фактором становится не знание инструментов, а наличие идеи, видение конечного продукта и всех его составляющих. Современный универсализм в медиа — это понимание всего ассортимента форматов, умение сделать базовые форматы и заказать узкоспециальные.

Четвертая тенденция - новая специализация, частично связанная с новыми технологиями. Она заключается в наличии конкурентного преимущества, своей «фишки». Это может быть новый инструмент типа работы с *big data* или умения создавать вовлекающие тесты. А может быть, и старый формат, например, умение делать интересное интервью или репортаж из труднодоступных сфер. Важен сам принцип: на фоне тотальной универсализации компетенций нужна своя уникальная компетенция, которая будет придавать проектам уникальную добавленную стоимость. Кстати, в мультимедийной среде по-прежнему востребованным остается умение написать текст. В условиях нескончаемого потока информации из интернета, социальных сетей, где письменная речь

приобретает черты устной, навык связного, структурированного и законченного литературного текста оказывается такой же специальной фишкой, как какое-нибудь умение программировать.

Если журналист может работать в продуктивном подходе, управлять созданием контента как проектом, обладает универсальным видением и своими специальными фишками, то он будет востребован и в институциональном СМИ, и как самостоятельный подрядчик-фрилансер. Будущее СМИ описывается не только перспективами рынка, но и динамикой компетенций. С точки зрения личной стратегии журналистам все больше надо смотреть не на рынок медиаорганизаций, а на рынок медиакомпетенций. Влиять на динамику отрасли невозможно, а вот развивать личные компетенции вполне по силам. Важно только знать, в каком направлении [3].

К сожалению, экранная коммуникация имеет как плюсы, так и минусы. Один из них – замена книги экраном. Галактика Гутенберга с ее великой печатной культурой постепенно уступает место культуре экранной. Исследования читательских предпочтений школьников в возрасте 11-15 лет показали, что увлекаться литературой в их среде не только не считается престижным, но, наоборот, осуждается сверстниками. При этом хуже всего ситуация с чтением обстоит у ребят старше 10 лет. Если в младшей школе с удовольствием читает, по крайней мере, каждый третий ребенок, то к 15 годам о любви к книге говорят уже не более 9% подростков. Исследования также показали, что отчасти вина за отсутствие у детей любви к чтению лежит на их семье. Если в 70-е годы прошлого века регулярно читали книги своим детям около 70% взрослых, то теперь это делают лишь 7%, то есть за 50 лет этот показатель снизился в 10 раз. Сейчас многие взрослые вместо того, чтобы почитать ребенку книгу перед сном, отделяются мультиками, а сами спокойно занимаются своими делами. Но ни один, даже самый хороший мультфильм, не может заменить книгу, это совершенно разные способы восприятия информации. Давно доказано, что дети, которые много читают, развиваются быстрее своих сверстников, у них лучше развиты память и интеллект [7].

Кстати, исследования показывают, что в настоящее время дети – самая многочисленная (22,6 млн человек) и самая медийная часть социума. Начиная с 2017 г., они значительно опережают молодежь и подростков по общему количеству медиапотребления. Для них цифровая среда уже привычна и естественна. В среднем они тратят на телевизор более двух часов в сутки. Кроме этого, массовым увлечением стал видеохостинг Youtube, другие видео с помощью гаджетов через интернет [5, с. 84-88].

Однако ориентация человека лишь на визуальную коммуникацию отчуждает его от словесности, которая способствует целенаправленному и скорейшему формированию общего информационного, эстетического – культурного – кода (что, кстати, облегчает расшифровку и визуального кода как частного случая) [6, с. 370-371]. Книги развивают образную систему

человека, ему самому приходится конструировать в голове те картины, ситуации, которые описываются в печатном тексте. Устный или печатный текст, начиная со сказок и заканчивая крупными художественными произведениями, способствует творческому развитию ребенка.

Экранные же коммуникация и искусства избавляют детей от этого, предлагая уже готовые образы. Многие дети, вовремя не приученные к чтению, добровольно отказываются от всего книжного богатства детской литературы в пользу «ящика» и компьютера. Чтение для тех из них, у которых слабые навыки работы с печатными текстами, представляет собой большой труд, и они предпочитают гораздо более легкое и приятное пассивное потребление информации. Снижение интереса к чтению книг, журналов, газет ведет к росту неграмотности, что вступает в противоречие с потребностями общества в высококвалифицированных образованных кадрах в различных отраслях современного индустриального мира, включая и информационную. Отлучение от книжной культуры снижает словарный запас и общий интеллектуальный уровень современных потребителей информации. В период между 1960-1977 гг., когда телевидение развивалось особенно быстрыми темпами, количество слов на душу населения начало падать и в лексиконе подростков сократилось на 23%. Эта тенденция также вступает в противоречие с информационной революцией, в ходе которой накапливается избыточная информация, требующая и большего количества активно употребляемых слов. Высокий процент неграмотности среди молодежи является серьезным препятствием на пути дальнейшего развития общества [4, с.125]. Не случайно бытует мнение, что те, кто читает книги, всегда будут управлять теми, кто смотрит телевизор.

Чтобы наша страна не повторяла эти ошибки и целенаправленно работала над созданием информационного гражданского общества, важно сообща взяться за разработку информационной модели с учетом последних научных разработок как отечественных, так и зарубежных коммуникативистов, а также русской ментальности и многовековой культуры. Даже в эпоху экранной коммуникации нужно читать книги (пусть и с экрана), а не только смотреть ролики, видеоблоги, теле- и кинопродукцию. Важно разумное сочетание того и другого.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Березин В.М. Теория массовой коммуникации. - М., 1997.
2. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под. ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010.
3. Мирошниченко Андрей. Как изменятся функции журналиста в 2019 году. [Электронный ресурс]. URL: [https://jrnlst.ru/journalist-functions-19?fbclid=IwAR3cMGdq60oJnkFDkVW6h6djSFeoizmjzji\\_DYkDCXnNWozz52KB0Tr4hsg](https://jrnlst.ru/journalist-functions-19?fbclid=IwAR3cMGdq60oJnkFDkVW6h6djSFeoizmjzji_DYkDCXnNWozz52KB0Tr4hsg)
4. Павлычева Е.Д. Влияние электронных масс-медиа на социальную идентификацию подростков: дис. ... канд. социологических наук. – М., 2006.
5. Реброва А.Д. Ребенок в системе медиапотребления: тенденции и перспективы развития детского телевидения // Средства массовой коммуникации в многополярном

мире: проблемы и перспективы: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2018.

6. Тулупов В.В. Визуализация СМИ: достоинства и недостатки // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции (24–25 ноября 2016 года) / под ред. Н.Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016.

7. Цикулина Светлана. 40% школьников не читают ничего, кроме учебников.  
URL: <https://www.mk.ru/social/2018/09/30/40-shkolnikov-ne-chitayut-nichego-krome-uchebnikov.html>

*Российский университет дружбы народов.*

*Грабельников Александр Анатольевич, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций.*

*E-mail: grab@mail.ru*

*Грабельникова Милослава Александровна, руководитель компании «Киномейкер»*

*E-mail: 7712833@gmail.com*

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ДИАЛОГ: ОСНОВА ЖУРНАЛИСТИКИ СФЕРЫ БИЗНЕС - КОММУНИКАЦИИ

*Ржанова С. А.*

*доктор культурологии, профессор*

*Национальный государственный исследовательский Мордовский*

*государственный университет им. Н. П. Огарева*

*Саранск, Россия*

*E-mail: rzanova@mail.ru*

В статье рассматривается деловая и корпоративная пресса как вид бизнес-журналистики. Данный сегмент информационного рынка достаточно многослоен. Деловая пресса рассчитана на вполне конкретную аудиторию с целью создания положительного имиджа отечественного бизнеса, широкое информирование читателей о мире бизнеса. Сегодня можно сказать, что «Коммерсантъ» был первым по-настоящему рыночным изданием, развивавшим активную экспансию на рынке СМИ. Сферу бизнес-коммуникации успешно поддерживают корпоративные издания, которые становятся рентабельным бизнесом. Главная роль корпоративной прессы - представлять интересы конкретной компании.

**Ключевые слова:** бизнес-журналистика, деловые издания, корпоративная пресса, медиатекст, новшество, изложение материала, рыночное издание

### **PROFESSIONAL DIALOGUE IS THE BASIS FOR JOURNALISM OF THE BUSINESS-COMMUNICATION SPHERE**

*Rzhanova S. A.*

The article deals with the business and corporate press as a type of business journalism. This segment of the information business market is rather multi-layered. The business press is for a very specific audience and aims at creating a positive image of domestic business and informing readers about the world of business. Business Today it is possible to say that Kommersant was the first business journal that started active expansion in the media market. The sphere of business communication is successfully supported by corporate media, which are becoming a profitable business. The main role of the corporate press is to represent the interests of a particular company.

**Keywords:** business journalism, business publications, corporate press, media text, also innovation, presentation of the material, market publication

На российском информационном рынке собственно деловая печать занимает достаточно скромное в количественном отношении место среди коммерческой, неофициальной, независимой (от власти) печати, большей частью неполитизированной, национальной и транснациональной. Однако высокий уровень части этих изданий заставляет прислушиваться к ней властные, финансовые структуры, интеллектуальную часть общества.

Данный сегмент информационного рынка, на наш взгляд, достаточно многослоен. Он также, как и другие сегменты, включает разные виды

изданий, рассчитанные на соответствующие аудиторные группы. Это прежде всего качественные издания для элитных групп, корпоративные и ведомственные издания, популярные издания для широкого читателя, отраслевые аналитические издания.

Некоторые исследователи относят к деловой прессе также оперативно-справочные и рекламно-коммерческие издания, хотя, на наш взгляд, они составляют отдельную группу информационно-коммерческих газет и журналов, рассчитанных больше на массового потребителя.

Важно, на наш взгляд, делать различие между деловой журналистикой и деловой печатью в целом. Первая включает себя издания, в которых активно используются журналистские жанры, особенно аналитические. Вторая же содержит газеты и журналы, где можно и не обнаружить журналистских текстов. Их заменяют биржевые сводки, котировки, товарные прейскуранты, объявления и реклама. Это, как правило, издания, обслуживающие оптовую и розничную торговлю, сферу услуг.

В последнее время получили распространение подготовка и продажа деловой информации как товара на заказ. Специализированные агентства на основе договора скажем-либо предприятием, финансовой структурой занимаются подбором интересующей клиента информацией, проведением маркетингово-аналитических работ.

Наиболее глубокое осмысление проблема идентификации и типологии деловой прессы получила в научной статье Д. А. Мурзина «Очерк типологии деловой прессы». «Исследователи признают, что само понятие "деловая пресса" сегодня довольно расплывчатое, не устоявшееся» [1, с. 69]. Указывая на факт пока еще не завершившейся типологической трансформации деловой прессы, Д. А. Мурзин приводит ряд концепций, разработанных различными учеными с целью определить и классифицировать деловую прессу.

Деловая пресса рассчитана на вполне конкретную аудиторию. Ее цель - формирование информационной инфраструктуры, обеспечивающей потребности предпринимателей, пропаганда идей и принципов рыночной экономики, распространение законодательной и нормативной информации, создание положительного имиджа отечественного бизнесмена, широкое информирование читателей о мире бизнеса.

Пионером современной российской деловой журналистики по праву считается ИД «Коммерсантъ». История его началась с 1987 года, с момента создания справочно-информационной службы «Факт», первого негосударственного информационного агентства в стране.

Сегодня можно сказать, что «Коммерсантъ» был первым по-настоящему рыночным изданием, развивавшим активную экспансию на рынке СМИ. В годы, когда еще не существовало рекламного рынка, «Ъ» бесплатно публиковал так называемые справки «Ъ» и контактные телефоны, разогревая рынок рекламы [[www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru)].

Издательский дом «Коммерсантъ» вынужден был разрабатывать и применять уникальные для российского медиарынка модели деловой прессы.

При этом концепция бизнес-журналистики (в частности, способы работы с деловой информацией и ее источниками), разработанная «Коммерсантом» в начале 1990-х годов, стала базовой для более поздних изданий.

«Коммерсантъ» не просто стал одним из первых изданий нановом российском медиарынке, но еще с середины 1990-х годов диктует правила содержания и типологии.

Одним из новшеств «Коммерсанта» было применение схемы изложения материалов, широко применяемой в зарубежных изданиях, принципа «перевернутой пирамиды», когда в начале материала излагается наиболее важная информация - что, где, когда случилось, а потом дается более тщательное описание произошедшего.

В медиатексте были применены ссылки на источники информации и использование отстраненного, сжатого, несколько сухого тона повествования. До того журналисты, воспитанные на традициях советской публицистики, считали возможным изложение в материалах своего личного мнения, взглядов, что могло ввести в заблуждение читателя делового издания.

На отечественном информационном рынке появились информационные агентства (бизнес-агентства), которые специализируются на поставке СМИ деловой информации («Прайм», «Интерфакс», «ПАЛ-информ» и другие агентства экономических новостей, деловой информации).

К середине 1990-х годов в России сформировалась первичная, крайне неустойчивая система деловых масс-медиа. Тем не менее, надо отметить, что именно в первой половине 1990-х годов появились первые образцы основных видов классических деловых изданий. Например, в качестве прототипа журнала рекомендательного типа выступил еженедельник «Коммерсантъ-Деньги». В результате оперативность информации достигла такого уровня, что еженедельный «Коммерсантъ» успевал сообщать новости раньше, чем ежедневные газеты.

Сегодня можно сказать, что «Коммерсантъ» был первым по-настоящему рыночным изданием, развивавшим активную экспансию на рынке СМИ. В годы, когда еще не существовало рекламного рынка, «Коммерсантъ» бесплатно публиковал так называемые справки и контактные телефоны, разогревая рынок рекламы. Плоды этой стратегии пожинались в сверхприбыльном 1993 году, когда не имевший конкурентов «Коммерсантъ» в одиночку собирал всю рекламу крупного бизнеса.

Новаторство «Коммерсанта» проявилось и в агрессивной рыночной стратегии. Уже в 1992 году издательский дом приступил к выпуску ежедневной газеты «Коммерсантъ-Daily»

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ» - 24 полосы качественной и оперативной информации о мировом и российском бизнесе, финансовые и деловые новости, политика и перестановки в органах власти, главные события в обществе, культуре и спорте. Точные прогнозы и глубокий анализ.

Школа «Коммерсанта» в стране победила. И не только в том смысле, что большинство современных газет во многом переняло его стиль, его управленческие и технологические ноу-хау. Но еще и потому, что многие популярные СМИ сегодня делают выходцы из «Коммерсанта» - они работают в журналах «Эксперт», «Профиль», «Компания», «Афиша», в газетах «Известия», «Время МН», «Ведомости» и «Версия», в телекомпании РТР, в интернет-издании Gazeta.ru и т.д. На технической базе «Коммерсанта», в дизайн-бюро «КитАрт» в разное время создавались такие газеты, как «Сегодня», «Общая газета», «Экспресс-газета», «Антенна», журналы «Птюч», «Империал», «Медведь», Soldier of Fortune, «ТВ-парк», «Крестьянка», русское издание Penthouse.

Анализ газеты «Коммерсантъ» не представляется возможным без изучения аудитории, то есть для более полного анализанеобходимы мнения постоянных читателей.

«Коммерсантъ» является ярким примером газеты делового направления, которая имеет четкий круг читателей. «Коммерсантъ» - это газета, которая стремится излагать информацию как можно качественнее и постоянно совершенствуется, имея свои особенности.

Сферу бизнес-коммуникации успешно поддерживают корпоративные издания.

В настоящий момент корпоративная пресса считается одним из прогрессивных типов СМИ в России и важным сектором информационного пространства государства. «Издания данного типа имеют ряд характерных особенностей: в сфере субъекта коммуникации (учредителя или владельца), в сфере основных функций, целей и задач, использования жанров, самопозиционирования редакций, условий существования, а также в сфере своей аудитории и ее реакции на публикации» [2, с. 25].

Различия в корпоративных изданиях заключаются в форме подачи материала. Чаще всего используют информационные бюллетени, журналы, газеты. Так же для бюджетной печати корпорации могут прибегать к настенной печати или распространять ксерокопии вместо качественной типографской печати. Но это правило распространяется далеко не на все компании, ведь внутрикорпоративная пресса напрямую зависит от бюджета. Чем больше корпорация, тем качественнее издание.

Главная роль корпоративной прессы - представлять интересы конкретной компании, она способствует достижению её целей. Как правило издания выпускаются на средства компании и предназначены для сотрудников и клиентов.

Однако корпоративная пресса, по мнению специалистов, зависит не только от постоянных выпусков газет и журналов. Важно уделять внимание обратной связи - обеспечивать профессиональный диалог между руководством и штатными сотрудниками. Издание должно консолидировать персонал, объединяя его вокруг общих ценностей, для на решения производственных задач.

Для этого состоятельные корпорации иногда прибегают к услугам аутсорсера, хотя при обращении к аутсорсеру у компании могут возникнуть некоторые проблемы, связанные с обеспечением информационной безопасности.

На данный момент у корпоративного аутсорсинга существует большой потенциал для дальнейшего развития. С каждым днём издательские дома выпускают всё больше газет и журналов, специализирующихся на корпоративной прессе. Позитивными сигналами на информационном рынке являются сами технологии производства медиапродукта корпоративных СМИ.

Корпоративная пресса становится рентабельным бизнесом. Специалистов убеждает и то, что рынок начинает предлагать комплексные корпоративные решения, основанные на выпуске корпоративных СМИ.

Однако при работе с такого вида изданиями важно понимать, что модели корпоративной культуры, которые как правило заимствуются Запада, не всегда способны адаптироваться к действительности нашей страны.

Для формирования корпоративной этики компаниям необходимо создавать системы внутрифирменных коммуникаций между её сотрудниками. Если удастся отладить механизм внутреннего общения, то между коллегами возникнет взаимопонимание, наладится психологическая обстановка, снизится вероятность зарождения неприязни и конфликтов, в работе повысится уровень взаимовыручки. Для достижения подобных результатов корпорации используют средства внутреннего PR. Лучшим инструментом в этом нелегком процессе является внутрикорпоративное издание.

Таким образом, в рамках современной теории журналистики необходимо изучить, а затем идентифицировать феномен деловой прессы в общей структуре российских периодических изданий и системы СМИ в целом. Его идентификация в системе существующей периодической печати становится возможной в процессе типологизации.

Развитие корпоративной прессы невозможно без поиска гармонии между социальной ответственностью и пропагандистским содержанием. При осознании компанией того, что эти компромиссы необходимы, она развивает не только «свободу слова», но и в целом повышает эффективность. Владельцы издания не только получают печатный продукт, но и ведут диалог с аудиторией, деловыми партнерами.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Мурзин Д. А. Очерк типологии деловой прессы // Вестн. МГУ: М, 2003. - № 2. - С. 64-75.
2. Ржанова С. А. Журналистика сферы бизнес-коммуникации : учеб.-метод. пособие / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО «Нац. исслед. МГУ им. Н. П. Огарева». - Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2017. - 36 с.

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им  
Н.П. Огарева  
Ржанова Светлана Александровна, доктор культурологии, профессор, заведующий  
кафедрой журналистики  
Саранск, Россия  
E-mail: rzanova@mail.ru*

## ЭТНО-МЕДИАПРОЕКТЫ В СИСТЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*Дорошук Е. С.*

*доктор педагогических наук, профессор  
Казанский (Приволжский) федеральный университет  
Казань, Россия  
E-mail: Leona31@yandex.ru*

В статье рассматриваются особенности медиапроектирования в контексте отражения этнической и межэтнической сферы социокультурных коммуникаций. На основе анализа медиапрактики Республики Татарстан выявлено, что этно-медиапроект используется как способ изучения культурных различий, проекции культурных черт на общество, создания образа отличных культурных черт. Определена тесная связь медиапроектов с миссией СМИ в поликультурном медиапространстве – исследованием межнациональных отношений и сущностей культурных различий.

**Ключевые слова:** этно-медиапроект, социокультурные коммуникации, межэтническое взаимодействие, этническая проблематика, этножурналистика.

### ETHNIC-MEDIA PROJECTS IN THE SYSTEM OF SOCIO-CULTURAL COMMUNICATIONS

*Doroschuk E. S.*

The article discusses the features of media production to reflect the ethnic and inter-ethnic spheres of social and cultural communications. Based on the analysis of the media practice of the Republic of Tatarstan, it is revealed that this media project is used as a way of studying cultural differences, projection of cultural traits on society, creating an image of distinct cultural traits. The close connection of media projects with the mission of the media in the multicultural media space – the study of interethnic relations and the essence of cultural differences.

**Keywords:** ethno-media project, social-cultural communication, inter-ethnic relations, ethnic issues, ethnic journalism.

Глобализация порождает новый «текущий» и «мобильный» контекст, отражающийся на построении исследовательских проектов.

Жизнь в мире, где культурное разнообразие принимается за данность, изучается и измеряется разными науками, требует от каждого индивида готовности участия в культурных/социокультурных коммуникациях. Широко известна концепция культуры ЮНЕСКО, согласно которой важным является множественность и разнообразие, а также равноправие культур, независимо от того, в какой степени культура распространена и кто является ее носителем [2]. Вместе с тем, культурное разнообразие приобретает характер некоторой угрозы, особенно в части культурных различий и невозможности преодолеть индивидуально-рационалистические представления о культурах Другого. Журналистика и журналисты в этом контексте воспринимаются научным сообществом как символическая элита [13], задача которой

заключается в том, чтобы фокусировать внимание на многообразии культур и возможностях их сосуществования и со-развития, а также на удовлетворении запроса общества на знание о самом себе. Как справедливо замечает К.Э. Разлогов, культурные общности проявляют себя в медиальных структурах, формирующихся под воздействием интернет-технологий, в какой-то степени приводя к культурной унификации, что может быть проиллюстрировано и объяснено на примере массовой культуры [10; 11]. Вызовы глобализации перенаправляют внимание исследователей на поиск новых форм, отвечающих этим вызовам. Одной из наиболее востребованных в новом информационном пространстве культуры является проектная форма, особенно форма медиапроекта, феномена последних десятилетий. Изучению его особенностей в контексте этнических социокультурных коммуникаций посвящена эта статья, целью которой стало выявление специфики этно-медиапроектов в региональном полиэтническом информационном пространстве России.

Медиапроекты в последние десятилетия заняли свое постоянное место в журналистике и массовой коммуникации, главным образом из-за их возможностей в точном расчете сферы воздействия медиапродукта и его результативности. При этом проекты играют важнейшую роль в решении многих управленческих задач, как отмечают исследователи этого феномена современного общества [3; 5; 8], что связано как с изменением образа мышления, так и со сменой парадигм развития современных организаций и производств. Это, например, сокращение жизненного цикла продукта, обострение глобальной конкуренции, увеличение объема знаний и внимания к потребителю. Еще одним важным аспектом распространения медиапроектирования как формы коммуникационной деятельности является тот факт, что вследствие развития новых информационных технологий, Интернет стал глобальной информационной площадкой, без ограничений позволяющей формировать новые и новые медиапродукты, способствующей в силу технологических особенностей беспрепятственному проникновению этих продуктов на разные рынки и аудитории.

Медиапроекты в коммуникационном аспекте нельзя рассматривать без такого основного понятия как проект. Его развитие началось почти сто лет назад, когда был совершен переход от стихийных программ к планированию долгосрочных проектов. Важным этапом в развитии процесса проектирования стало распространение идеи проекта на самые разные сферы деятельности. Заметным явлением стал метод проектов в педагогике, связанный с именами Дж. Дьюи, У.Х. Килпатрика, С.Т. Шацкого [16; 6; 15; 4], приведший к кардинальным переменам в области передачи, а главное – добывания знаний. Активность субъекта образовательного процесса стала той отправной точкой, которая позволила пересмотреть и внедрить в систему образования новый – проектный – подход к организации образовательной деятельности обучающегося. Осмысление метода проектов и его значимости для развития разных отраслей народного хозяйства в России связано с

именем Н. А. Вознесенского, еще в тридцатые годы прошлого столетия разработавшего вместе со своими учениками проектные методы управления. По мнению экспертов, они позволяли «с высочайшей эффективностью использовать потенциал планирования и максимально концентрировать ресурсы на заданных направлениях для решения конкретных задач» [7, с. 8]. Благодаря проектным методам управления была осуществлена индустриализация ведущих отраслей производства. Известно, что именно метод проектного управления (проект-менеджмент) позволил Японии совершить экономический прорыв, стать одной из ведущих экономик мира.

В последней трети прошлого века повсеместное распространение и развитие феномена проектного мышления или мышления проектами привело к применению проектного подхода в разных сферах техники, бизнесе и социальной сфере. На современном этапе метод проектов также является востребованным в таких сферах как публичные и социокультурные коммуникации, этническое и межэтническое взаимодействие, что делает саму идею проектирования и медиапроектирования чрезвычайно актуальной.

В свете теории проектного мышления феномен проекта можно определить как комплекс «взаимосвязанных и оформленных в определенную технологию мероприятий, предназначенных для достижения поставленных задач с четко определенными параметрами» [7, с. 9]. У. Килпатрик определяет проект как активность, необходимую для выявления поставленной цели, а сам метод проектов связывает с планированием целесообразной и целенаправленной деятельности в связи с решением какого-либо вопроса или проблемы [6]. А. Т. Зуб указывает на комплексный характер проекта, обозначая его как «комплекс действий, состоящий из взаимосвязанных задач» [5, с.16]. Таким образом, главное, на что необходимо обратить внимание при определении проекта, это: *комплексный характер* (проект как комплекс действий); *результативность* (проект как достижение определенного результата); *ограниченность по времени, бюджету и ресурсам* (проект как деятельность в строго обозначенных временных рамках, в условиях строго бюджета и с ограниченным ресурсным потенциалом); *уникальность* (проект как создание нового продукта, отличающегося от всех существовавших ранее). Эти характеристики присущи и медиапроекту, который определяется как система технологических приемов создания медиапродуктов (предназначенных для распространения по каналам массовой информации и массовой коммуникации), позволяющая комплексно решать взаимосвязанные задачи по планированию, разработке и продвижению медиапродукции, созданной в определенных (оговоренных ранее) условиях, ограниченных временными, финансовыми и ресурсными рамками. Медиапроект отличается конвергентным характером, соответствующим основным тенденциям развития журналистики и медиакоммуникаций в целом.

Несмотря на то, что проектирование как процесс и медиапроектирование изучается различными отраслями знаний, наиболее

активно эти вопросы рассматриваются в современной экономической теории и коммуникативистике. В этих науках существуют разные точки зрения на определения медиапроекта. Так, например, Е. С. Полат говорит о преимуществе телекоммуникаций в определении признаков медиапроекта [9, с. 24]. М. Н. Безуглова и А. А. Зубенко рассматривают медиапроект в контексте конвергенции как интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс, обозначая как главное отличие медиапроекта размещение контента любого проекта на всех возможных площадках. Это, по мнению исследователей, и делает проект медиапроектом [1, с. 69].

М. В. Соколов исходит в определении проекта из того, что в процессе его создания замысел, идея, образ и результат воплощаются в форму описания и реализуются при решении той или иной практически или теоретически значимой проблемы. По мнению М. В. Соколова, медиапроект – деятельность, организованная на основе средств электронных медиа, имеющую общую проблему, цель, согласованные методы, способы деятельности, направленную на достижение совместного результата [12, с. 88]. Несмотря на различие представлений о медиапроектах, исследователи сходятся в одном – такого рода проекты основаны на использовании комплекса информационных технологий на основе принципа мультимедийности, который придает им особые качества безграничности и трансплатформенности. Мультимедийность как интеграция различных медиа в некоторое компьютерное представление – гипертекстовую структуру, нелинейный текст, позволяет актуализировать явления интерактивности, стимулировать процессы моделирования пользователем пространства медиапроекта, разрабатывать сетевые стратегии, расширять масштаб воздействия медиапродукта.

Медиапроекты активно используются в этнокультурных коммуникациях, преобразуя журналистику в стиле «этно», становясь одним из перспективных направлений журналистской деятельности. Здесь медиапроект – это способ изучения культурных различий, проекции культурных черт на общество, создания образа отличных культурных черт. Это этно-медиапроект, который мы определяем как специально организованную социокультурную коммуникационную деятельность, направленную на решение общественно значимой проблемы или задачи в области этнических и межэтнических отношений в условиях четко обозначенного времени, ресурсного и кадрового обеспечения на основе миссии средства массовой информации, для которого создается проект. Предметом этно-медиапроектов становятся в этом контексте культурные процессы, межнациональные отношения и сущности культурных различий. Особое место в предметном поле медиапроектов занимают вопросы национальной идентичности, выделяемые в отдельное активно развивающееся направление журналистских и комплексных – социо-гуманитарных – исследований.

Изучение «другого» и изучение «себя» – предметное поле этно-медиапроектов. Для выявления специфики решения этих проблем был предпринят анализ медиапрактики Республики Татарстан, акцент в котором был сделан на этнических медиапроектах, к наиболее крупным из которых отнесены: этно-медиапроект «Между Волгой и Уралом», межрегиональный радиожурнал ГТРК «Татарстан»; радиопроект «Доброе братство лучшее богатство» ГТРК «Татарстан», межкультурная платформа Ассамблеи и Дома Дружбы народов Республики Татарстан, международный этно-медиапроект «Татарлар» (Татары) ГТРК «Новый век».

Как показал проблемно-тематический и структурно-функциональный анализ выделенных проектов, в основе медиапроектов с этнической проблематикой лежит журналистское исследование онтологических особенностей национальной идентичности с критическим анализом исторических условий/событий, в рамках которых конституируется и проецируется, а также воспроизводится национальное. Это позволяет журналистам, принимающим участие в проектах подобного типа, анализировать сложный характер взаимосвязи между социальными группами, национальными группами и этнокультурными явлениями.

Межкультурная/межэтническая коммуникация требует экспертной подготовки, поэтому в проектах принимают участие эксперты различных направлений: ученые, общественные деятели, представители власти. Например, специальный проект Ассамблеи и Дома Дружбы народов Республики Татарстан и ГТРК «Татарстан» телепрограмма «Национальный вопрос и – ответ», контент которой представлен на портале Ассамблеи и Дома дружбы народов Республики Татарстан (<http://addnt.ru/ehfir-nacionalnyjj-vopros-i-otvet>). Среди участников выпусков проекта – журналист, общественный деятель Римзиль Валеев; руководитель творческой группы этно-дизайнеров Казани Раиля Бикмухаметова; заместитель директора Многонациональной воскресной школы Казани Лейсан Сафиуллина. Проект широко представлен и продвигается в социальных сетях, где существуют страницы межкультурной платформы: ВКонтакте, Facebook, Instagram.

Межкультурная коммуникация требует также понимания правил специализированного дискурса – дискурса этнокультурного, с привлечением неописательных средств – видеоряда, фильмов, видеографики, инфографики. Для представления информации в этих формах требуются высокоразвитые художественный и публицистический вкус и талант, базирующиеся на чутье к тонкостям межкультурного диалога.

Основа этнографической журналистики – политика признания наряду с политикой идентичности. Такого рода политика лежит в основе объединенного медиапроекта – межрегионального радиожурнала «Между Волгой и Уралом», история которого насчитывает 60 лет – первый выпуск журнала состоялся в июне 1958 года. Первоначально это был журнал шести республик, рассказывающий о жизни, культуре и традициях народов, проживающих в шести республиках Поволжья: Татарстане, Чувашии, Марий

Эл, Удмуртии, Мордовии, Башкортостане, однако в 1998 году к ним прибавилась Республика Коми, и журнал получил название журнала семи республик. Журнал выпускается на русском языке, материалы готовятся журналистами региональных телерадиокомпаний, выходит журнал в Казани (<http://radiotatarstana.ru/ru/program-category/volga-ural>) и транслируется одновременно на территории всех семи республик. Основным медиапродуктом журнала следует считать образы национальных идентичностей многочисленной семьи народов Поволжья. Этот журнал, как считает О.Н. Тихонов, до сих пор является единственным примером межрегионального и межнационального радиовещания в регионе, удовлетворяя информационные, духовные, интеллектуальные потребности аудитории, способствует укреплению этнокультурных связей [14].

В рамках данного исследования были проанализированы медиапроекты, созданные в Республике Татарстан, ориентированные на этнокультурное взаимодействие и отражающие особенности национальной идентичности. Всего было выделено 15 проектов, характерных для этнокультурных коммуникаций в полиэтническом регионе, каким является Республика Татарстан. Они были обозначены как этнокультурные медиапроекты, то есть проекты, создаваемые и транслируемые/передаваемые при помощи средств массовой информации. Количественный и проблемно-тематический анализ позволил обозначить типы этнокультурных проектов:

- дискуссионно-исследовательские/исследовательские журналистские (проекты, в основе которых лежит журналистское исследование особенностей развития народа, его языковых и культурных специфик);

- описательные/классические этнографические (проекты, рассказывающие о жизни народностей – медиапроект журнал «Наш дом – Татарстан»);

- межнациональные мозаики, создание которых позволяет одновременно выявить все многообразие культур и то общечеловеческое, что кроется за этим многообразием – проект межкультурная платформа – портал Ассамблеи и Дома Дружбы народов РТ);

- корпоративные проекты;

- этнографические трэвел-проекты.

Анализ форм и форматов этно-медиапроектов позволил выявить наряду с традиционными – телевизионная и радиопередача, радиожурнал, тележурнал, межкультурная платформа, этно-портал, этно-блог – такие, которые создаются для участия в этнокультурных коммуникациях, как этнографические выставки, этнографические фестивали, этнографические фильмы, этнографические журналистские исследования, циклы этнографических материалов/этнографические циклы, этнографические конкурсы.

Анализ медиапроектов позволил выявить их проблематику. К основным тематическим направлениям этно-медиапроектов следует относить:

- изучение традиционной культуры и ее представителей;
- проблемы урбанизации традиционных культур и слоев населения;
- национальная идентичность;
- место нации и ее представителей в социальной структуре общества;
- представители нации как включенные в международные структуры на уровне межнационального общения/контактов.

Исходя из проведенного анализа, было сделано наблюдение, что прослеживается тенденция включения медиапроекта этнокультурного направления в более широкий общественно-политический контекст. Этому способствуют процессы глобализации и современные культурные трансформации, придающие этнокультурным коммуникациям в целом политический оттенок. Влияние глобализации на этнокультурные отношения приводят к появлению межгосударственных национальных медиапроектов, каким, например, можно считать проект «Татарлар» (Татары), выходящий на телеканале «Новый век» (Казань), основной идеей которого является сплочение татарского народа как народа с богатыми традициями и культурными ценностями. Основой такого проекта, однако, могло бы стать изучение процессов формирования и трансформирования культурной и социальной идентичности татар, чего явно не хватает в программной заявке проекта. Однако национальная культура как феномен является предметом отображения практически во всех проектах этнокультурного типа. Фрагментация картины мира, насыщение ее нитями исторических процессов, связывающих глобальное и локальное – суть медиапроектирования в этнокультурных коммуникациях.

Следует отметить и такую тенденцию в развитии этно-медиапроектов, как унификация культурного многообразия, что выражается, в частности, в тенденции к использованию одного языка в коммуникации – языка межнационального общения, статус которого в России, например, имеет русский язык.

С влиянием глобализации на медиапроектирование в этнокультурных коммуникациях связано и такое явление как мгновенное распространение информации по всему миру, что, как подчеркивает А.Т. Зуб, снижает конкурентные преимущества новых продуктов [5, с.16], противостоять чему возможно при акцентировании ценностной составляющей медиапродукта этнокультурных коммуникаций.

Таким образом, смысл этно-медиапроектирования в социокультурных коммуникациях основан на процессе создания этнокультурной платформы, позволяющей осуществлять межнациональное взаимодействие, способствующее пониманию и представлению о Другом и его культуре.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Безуглова М.Н. Медиапроект как бизнес цифровой эпохи / М.Н. Безуглова, А.А. Зубенко // Экономика, управление, финансы: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г). – Краснодар: Новация, 2016. – С.68-70.

2. Всеобщая декларация ЮНЕСКО о всеобщем многообразии. Принята 2 ноября 2001 года Генеральной конференцией Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. – URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/cultural\\_diversity.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml) (Дата обращения: 12.02.2019).
3. Грашина М.Н. Основы управления проектами / М.Н. Грашина, В.Р. Дункан. – 4-е изд. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. – 240 с.
4. Дьюи Дж. Школы будущего / Дж. Дьюи, Э. Дьюи // Народное образование. – 2000. – № 8. – С. 239-269.
5. Зуб А.Т. Управление проектами / А.Т. Зуб. – М.: Юрайт, 2014. – 422 с.
6. Килпатрик У.Х. Метод проектов. Применение целевой установки в педагогическом процессе / У.Х. Килпатрик. – Л.: Брокгауз-Ефрон, 1925. – 118 с.
7. Киричек П.Н. Проектные методы управления информационными коммуникациями / П.Н. Киричек, А.Н. Колесников, А.И. Шипилов. – М.: Изд-во РАГС, 2013. – 64 с.
8. Первушин В.А. Практика управления инновационными проектами / В.А. Первушин. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. – 208 с.
9. Полат Е.С. Типология телекоммуникационных проектов / Е.С. Полат // Наука и школа. – 1997. – № 4. – С. 8-13.
10. Разлогов К.Э. Глобальная массовая культура и культурное разнообразие / К.Э. Разлого // Обсерватория культуры. – 2004. – № 1. – URL: [http://www.ifarcom.ru/files/Monitoring/razlogov\\_glob\\_mass\\_cult.pdf](http://www.ifarcom.ru/files/Monitoring/razlogov_glob_mass_cult.pdf) (Дата обращения: 12.02.2019).
11. Разлогов, К.Э. Глобальная и /или массовая? / К.Э. Разлогов // Общественные науки и современность. – 2003. – №2. – С. 143-156.
12. Соколов М.В. Сетевой медиапроект как средство формирования готовности к профессиональному саморазвитию будущего педагога / М.В. Соколов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2013. – № 3. – С.87-95.
13. Соколовский С.В. Прошлое и настоящее российской антропологии / С.В. Соколовский // Антропологические традиции: Стили, стереотипы, парадигмы. – М.: Новое литературное обозрение, 2012. – С. 78-107.
14. Тихонов О.Н. История создания и развития радиожурнала «Между Волгой и Уралом» / О.Н. Тихонов // Ученые записки Казанского государственного университета. Том 151, кн. 5, ч.2. Гуманитарные науки. – 2009. – С. 221-225.
15. Шацкий С.Т. Избранные педагогические сочинения: в 2 т. / С.Т. Шацкий. – М.: Педагогика, 1980. Т.2. – 476 с.
16. Dewey, J. Pedagogic CREED // Selected Educational writings white an introduction and commentary by G.W. Garforth; Lecturer in education university of hull. – Heiremenn, London, 1966. – Pp. 44-59.

*Казанский (Приволжский) федеральный университет  
Дорожук Елена Сергеевна, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры  
национальных и глобальных медиа  
Казань, Россия  
E-mail: Leona31@yandex.ru*

## МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАТВОРЧЕСТВО ЗА ПРЕДЕЛАМИ ТЕХНОЛОГИЙ

**Цуканов Е.А.**

*кандидат филологических наук, доцент  
Санкт-Петербургского государственного университета  
промышленных технологий и дизайна  
Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: tsukanov\_1975@inbox.ru*

В статье анализируется проблема творческой компетенции начинающих журналистов через призму этимологических характеристик понятия творчество на базе шопенгарианской трактовки познавательного волюнтаризма. Автор отстаивает тезис о том, что лежащий в основе творчества эвристический механизм запускается только при условии сохранения духовной цельности самого творца, в пику тем исследователям, которые в этом вопросе делают ставку на освоение сугубо технологических алгоритмов производства журналистской продукции.

**Ключевые слова:** творчество, технология, журналистика, медиа, познание

**MEDIA CULTURE AND MEDIA CREATIVITY OUTSIDE TECHNOLOGIES**

*Tsukanov E.A.*

In article the problem of creative competence of the beginning journalists through a prism of etymological characteristics of a concept creativity on the basis of shopengariansky interpretation of cognitive voluntarism is analyzed. The author defends a thesis that the heuristic mechanism which is the cornerstone of creativity is started only on condition of maintaining spiritual integrity of the creator, contrary to those researchers who in this question stake on development of especially technological algorithms of production of journalistic products.

**Keywords:** creativity, technology, journalism, media, knowledge

Говоря о феномене творчества вообще и журналистского творчества, в частности, следует иметь в виду, что этимологически сам термин восходит к индоевропейскому *twer-*, *twor-*, *tur-* «хватать, хвататься, охватывать, обрамлять». По мысли А.К. Шапошникова, в основе праславянского значения «творить, создавать, формовать» лежит идея сгущения, уплотнения, отвердения, свертывания, схватывания [5, с.406], что логически связывает его с такими качествами, как крепость, устойчивость, прочность, сила, решительность, непоколебимость. Смысловые параллели между творчеством и твердостью очевидны, но удивительно, что к этому же лексическому ряду относится слово «творог», а также, видимо, название древнерусского города Тверь, в котором слышны коннотации незыблемой твердыни. Обращает на себя внимание тот факт, что большинство стандартных определений понятия творчества игнорируют его этимологический аспект, тем самым, как нам кажется, обедняя наши представления о данном феномене. Если этот момент приложить к журналистской сфере, то непонимание его, на наш взгляд, серьезно снижает эффективность деятельности медиарботников.

Чаще всего теоретики журналистики усматривают в творчестве его банальную сориентированность на новизну. Вот, например, как трактует творчество В.Ф. Олешко: «В общеметодологическом смысле творчество представляет деятельность, порождающую нечто качественно новое, иногда ранее не бывшее» [2, с.17]. Другой уважаемый исследователь, Г.В. Лазутина, подходит к творчеству с тех же позиций, с той лишь разницей, что ей видится существенным необходимость различения некоторых оттенков новизны. Автор полагает, что «творчество есть феноменальное свойство человека, заключающееся в способности создавать и объективно новое – то, что не существовало раньше в мире вообще, и субъективно новое – что уже имеется в реальности, но для данного человека ново, создается им впервые...» [1, с.10]. Как нам представляется, данная обстоятельная интерпретация изучаемого феномена мало что дает практикующему журналисту, которому, прежде всего, необходим серьезнейший внутренний стимул к работе, а не пространные отвлеченные рассуждения. Таким стимулом могла бы стать феноменологическая дешифровка скрытых мощных значений, заложенных в языке, касающихся природы творчества, что является целью данной статьи. Как правило, проникновение в сущность сопутствующих нам явлений сопряжено с чувствительным выплеском энергии, мотивирующей к действию.

Итак, в творчестве, исходя из корня слова, человек, по-видимому, имеет намерение самостоятельно сформировать некую несомненно новую, а главное – устойчивую и крепкую реальность, ухватив (=охватив) бытие интенсивным до навязчивости познавательным желанием. Более брутальным аналогом мягкого слова «желание» может выступать понятие воли, так тронувшее сердце эксцентричного А. Шопенгауэра, который, между прочим, квалифицирует воление как самое непосредственное из наших познаний [4, с.111]. Интересно заявление немецкого мыслителя о том, что глядя внутрь себя, мы всегда находим себя волящими, причем воля у него имеет много степеней – от едва выраженного желания до страсти [4, с.111]. По Шопенгауэру, при неполноте знаний мы испытываем неприятное чувство, а каждое обретенное знание приносит удовлетворение [4, с.106]. Это важно в контексте разрабатываемой нами темы, поскольку сегодня, увы, почти позабыто в общем-то элементарное положение: знающий живет в радости, а незнающий испытывает печаль, ибо знание – сила и бодрость, а незнание – наоборот, да простит нас апологет агностицистического отчаяния Экклезиаст. Если же творчество являет собой способ постижения реальности, то творец всегда счастлив по умолчанию, т.к. познать – все равно, что организовать твердое место в вечно волнующемся море неясных предположений ради того, чтобы ощутить себя в безопасности от регулярных нападений безотчетных мрачных предчувствий, ожиданий и страхов. Реальность как бы перестает угрожать нам, пройдя через процедуру рационализации. Похоже, что творческое познание включает в себе рецепт обретения онтологического спокойствия, являясь эффективным седативным

средством. Напротив, незнание повышает тревожность и раздражимость от ощущения нервической незащитности человека в бытии. Однако, к сожалению, большинство людей как-то приспособляются к жизни по ту сторону творчества, интерпретируя неприятное чувство, сопровождаемое их при этом, как естественные издержки от вынужденных трудовых усилий. Касается это и журналистского поприща. Печально, что теоретикам удалось внушить нам абсурдную мысль о т.н. «муках творчества» [1, с.149], без которых, якобы, не обходится ни одно дело, тогда как на самом деле любые муки в творческом процессе (по логике) есть тревожный симптом бессилия как результата сбоя данного нам от природы эвристического механизма (от др.-греч. *εὕρισκο* – «отыскиваю», «открываю»). В этой связи трудно, к примеру, согласиться с рассуждениями Г.В. Лазутиной, посвященными весьма деликатному вопросу «почему иногда не пишется?» в журналистике. Прочитав наиболее репрезентативные фрагменты ее книги, в которых творческий акт описывается как «нормально» унылое времяпрепровождение. «Завершающая стадия творческого акта в журналистике, - натужно формулирует исследователь, - собственно создание текста – тоже отмечена жесткой спецификой условий деятельности» [1, с.146]. Или еще более казенно о способе снятия «психологического зажима» журналиста, который выражается в страхе чистого листа бумаги: «Чаще всего он возникает из-за технологических нарушений творческого процесса <...> Понятием «технология» <...> обычно обозначается порядок действий, рекомендуемый для того, чтобы гарантировать достижение закономерного результата той или иной деятельности. Технологические рекомендации возникают на основе изучения позитивного опыта и, в сущности, отражают естественную операциональную структуру...» [1, с.147]. Подобные витиеватые умозаключения, с нашей точки зрения, способны, скорее, погасить жажду медиатворчества, нежели развить и довести её до стабильно-перманентного уровня.

Хочется возразить, что не пишется чаще всего потому, что не о чем писать, а не потому, что не соблюдены некие алгоритмы и процедурные тонкости профессионального ремесла. В свою очередь, не о чем писать бывает именно потому, что у кого-то нет подлинного познавательного интереса к объекту. Он отсутствует на фоне общей раскоординированности личности, с юности пребывающей в состоянии ментальной лености и нравственно-эстетической развлеченности, что равнозначно блудности сознания, которое может распознаваться как некрофильское (по Э. Фромму) стремление к оглуплению [3]. Подобное состояние следует диагностировать как состояние духовной поврежденности, проще говоря, порочности.

Употребляя прилагательное «духовный», мы, разумеется, не имеем в виду никаких мистических явлений, переживаемых человеком. В данном контексте дух – это, скорее, ум и его структурная упорядоченность, обустроенность, функциональная готовность выдавать определенную продукцию (свет истины) с некой ритмичностью и частотой, а не третий

ангел с иконы Андрея Рублева «Троица». Редуцируем данное положение до краткой формулы «дух всегда продуктивен», а если так, то «быть в духе» для человека равносильно пребыванию в неудержимом потоке творчества как искреннего любопытства к тайнам мироздания. Однако в условиях рыночной парадигмы образования бывает тяжело признаться в том, что подавляющее большинство соискателей журналистской специальности обречены на то, чтобы никогда в своей карьере не испытать подлинного творческого вдохновения. Это связано со множеством факторов, среди которых базовый – духовная поврежденность личности уже на стадии средней школы. И в этом вопросе мы, наоборот, солидарны с Г.В. Лазутиной, которая в пику себе самой полагает [1, с.152], что недостаток общей эрудиции, бедность лексикона начинающих журналистов, недостаточное развитие ассоциативного мышления и проч. неминуемо фатально скажется на профессиональных перспективах. Очевидно, поздно мечтать о высоких творческих горизонтах и гносеологическом удовлетворении, если в период несовершеннолетия, скажем, не были освоены великие шедевры искусства. Настаиваем, что медиакультура закладывается в раннем возрасте и ее генезис длится до старости. На этом пути нельзя ни перепрыгнуть через какой-то отрезок совершенствования, ни, тем более, позволить себе повредиться ложными целями, вкусами, предпочтениями. Подобные вещи неминуемо негативно отразятся в дальнейшем на творческих способностях личности.

Таким образом, эффективным рецептом творческого роста для начинающих журналистов будет являться пробуждение искренней жажды познания, а не освоение жестких алгоритмов и технологий производства информационной продукции, которая, как показывает практика, может создаваться безо всякого удовлетворения по мере производственной необходимости. Если же речь идет именно о поиске творческой радости от утверждения себя в бытии, то здесь противопоказаны всякая ментальная леность и развлеченность, этическая и эстетическая индифферентность, иными словами, даже минимальная поврежденность личности, которая порождает «психологические зажимы» и «муки творчества».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов / Г.В. Лазутина. – М.: «Аспект Пресс», 2001. – 240 с.
2. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. Учебное пособие / В.Ф. Олешко. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 222 с.
3. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности / Фромм Э. – М.: Республика, 1994. – 447 с.
4. Шопенгауэр А. О четвероюм корне... Мир как воля и представление. Т.1. Критика кантовской философии / Ин-т. философии. – М.: Наука, 1993. – 672 с.
5. Этимологический словарь современного русского языка. / Сост. А.К. Шапошников: в 2 т. Т. 2. – М.: Флинта : Наука, 2010. – 576 с.

*Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,  
Высшая школа печати и медиатехнологий  
Цуканов Евгений Александрович, кандидат филологических наук, доцент, доцент  
кафедры журналистики и медиатехнологий СМИ  
Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: tsukanov\_1975@inbox.ru*

## КОНЦЕПТОСФЕРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ОБЪЕКТ РЕКЛАМОВЕДЕНИЯ

**Боева Г. Н.**

*доктор филологических наук, доцент  
Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна  
Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: g\_boeva@rambler.ru*

Статья посвящена концептосфере русского языка как составляющей филологического сопровождения рекламистики. Важность данного аспекта автор показывает на ряде примеров из современного рекламного дискурса, основываясь на исследованиях концепта и концептосферы (Д. С. Лихачев, А. Д. Шмелев). Обнаруживается прямая связь между профессиональными компетенциями рекламиста и степенью его приобщенности к основам отечественной культуры, фундаментом которой являются национальные язык и литература, к мифологии региона.

**Ключевые слова:** концепт, концептосфера, рекламоведение, реклама, филология, прецедентный текст.

### CONCEPTUAL SPHERE OF RUSSIAN LANGUAGE AS THE OBJECT OF ADVERTISING STUDIES

**Boeva G. N.**

The article is dedicated to the conceptual sphere of Russian language as a constituent of the philological accessory of advertising services. Basing on the studies of concept and conceptual sphere (D. S. Likhachev, A. D. Shmelev), the author demonstrates the importance of this aspect using a number of examples from the contemporary advertising discourse. The direct connection is discovered between the advertiser's professional competence and the degree of his or her involvement with the national culture, whose foundation is constituted by language and literature, as well as with the regional mythology.

**Keywords:** concept, conceptual sphere, advertising studies, advertisement, philology, precedent text.

Ярко выраженная вербальность рекламной деятельности и ее тесная связь с культурными традициями и практиками российского общества диктуют необходимость ее филологического сопровождения. Не будет преувеличением сказать, что навыки работы со словом и языковая компетентность — показатели профессиональной состоятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. Причем речь идет не столько о грамотности в «школьном» значении этого слова (умение писать и говорить без ошибок), сколько о грамотности коммуникационной, о способности к разнообразным вербальным практикам с учетом культурных и ментальных особенностей социума. Такой уровень зрелости языковой личности невозможен без освоения богатства национального языка и порожденной им словесности.

Филологическая основа подспудно присутствует во всех видах профессиональной деятельности рекламиста — поэтому мы категорически не согласны с авторами учебно-методического пособия, которые в аннотации к нему называют филологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью «частным вопросом рекламоведения» [1, с. 2]. Перечисляя составляющие профессиональной компетентности рекламиста, мы не обнаружим в них ни одной свободной от филологии, этимологически понимаемой как «любви к слову», а в научно-образовательной практике — как комплекса лингвистических и литературоведческих дисциплин.

Так, очевидно, что рекламист должен обладать стилистической чувствительностью и владеть нормами литературного языка. Имея к тому же представление о речевых жанрах, он должен уметь порождать тексты разной жанрово-стилевой природы и редактировать их, сообразуясь с требованиями формата. Он должен владеть навыками практической риторики, применяя сведения из риторики классической (в частности, связанные с «украшением» речи тропами и фигурами) и одновременно учитывая социальные и психологические особенности аудитории. Он должен быть осведомлен о лингвистической прагматике, в частности, о способах наращивания «иллокутивной силы» (теория речевого акта Дж. Остина) и об «ассортименте» целей высказывания (классификация иллокутивов по Дж. Сёрлю). О паралингвистических средствах текста, связанных с графикой и «нестандартной» орфографией, ему тоже следует знать. Как и о текстах креолизованных, т. е. осложненных иконическим компонентом. Он должен, наконец, применять все эти познания на практике, причем с учетом новейших Интернет-технологий.

Активное развитие рекламоведения породило интерес к его филологической составляющей: помимо указанной книги, можно перечислить еще несколько исследовательских опытов [2; 3]. Задача настоящей статьи — обозначить один из важнейших аспектов филологии на службе рекламистики, в меньшей степени затронутого в специальной литературе [4]. Мы остановимся на том компоненте филологической грамотности рекламиста, который связан с особенностями русской лингвокультуры, определившей особенности отечественного рекламного дискурса.

Восходящее к идеям Гумбольдта представление о языковой концептуализации мира (крайнее ее выражение — гипотеза Сепира-Уорфа), специфичной для каждого из национальных языков, стало основой для многочисленных исследований языковых моделей мира, в том числе русской. Отметим работы А. Д. Шмелева, в которых рассматриваются ключевые идеи русской языковой картины мира и намечается их связь с особенностями русской культуры [5]. Лингвоспецифические концепты, на которых он останавливается, одновременно и отражают, и формируют образ мышления носителей языка. Поскольку единицей лингвокультурологии является концепт, попытаемся с помощью этого понятия обосновать важность лингвокультурологического аспекта в филологическом обеспечении рекламы.

Сразу оговорим, что концепт в современной науке не имеет однозначного толкования [6] и мы не будем останавливаться на полемике по этому вопросу.

За основу наших дальнейших заключений мы возьмем трактовку концепта Д. С. Лихачевым, поскольку именно ему принадлежит важное для нас понятие «концептосфера» языка.

По Лихачеву, концепты – это «некоторые подстановки значений, скрытые в тексте “заместители”, некие “потенции” значений, облегчающие общение и тесно связанные с человеком и его культурным, профессиональным, возрастным и прочим опытом» [7, с. 245-246]. Так, слово «Обломов», рассуждает ученый, «в потенции» способно вызвать в нашем сознании «целый мир столичной и деревенской жизни, мир русского характера, сословных и возрастных особенностей и т. д.» [7, с. 246]. Иными словами, мы ощущаем себя приобщенными к русской культуре именно потому, что одни и те же концепты в силу своей заместительной («подстановочной») природы вызывают в нас одни и те же чувства, мысли, ощущения. «Концепт не непосредственно возникает из значения слова, а является результатом столкновения словарного значения слова с личным и народным опытом человека» [7, с. 242-243], — поясняет Лихачев. И далее: «Потенции концепта тем шире и богаче, чем шире и богаче культурный опыт человека» [7, с. 243]. В скобках заметим: по лихачевской логике, если человек совсем не читал этого произведения русской классической литературы или даже не подозревает о его существовании, то в его сознании не будет высвечиваться никакого понятия.

Концепты национального языка в совокупности образуют концептосферы национального языка; совокупность потенциалов, открываемых в словарном запасе отдельного человека — его индивидуальная концептосфера. «Концептосфера языка — это в сущности концептосфера русской культуры» [7, с. 246], — заключает ученый. «Чем меньше культурный опыт человека, тем беднее не только его язык, но и концептосфера его словарного запаса, как активного, так и пассивного» [7, с. 243], — утверждает он, имея в виду под культурным опытом и опыт личный, семейный, и сословный, классовый, профессиональный, и национальный. Вот почему потенциалы концептов таких слов русского языка, как «отчизна», «незнакомка», «варяг», «интеллигенция», «верба», «булат», «сцена», «блокада» (примеры Лихачева), по-разному будут реализованы в языковом сознании разных по своему культурному опыту носителей русского языка. Добавим свои, произвольно взятые: «дом», «чай», «детская», «елка», «мороженое», «весна», «снег», «бабушка», «бард», «Петербург», «Москва», «провинция» — любой из этих концептов представим в рекламном тексте и любой из них способен вызывать самые различные ассоциации у носителей языка. Причем различие это будет иметь некую основу, связанную с культурными традициями.

В составе русского языка Лихачев выделяет культурные пласты — своего рода «целостности концептосферы»: «Наш язык вобрал в себя и все то, что создано фольклором и наукой (научная терминология и научные понятия).

К языку в широком смысле относятся пословицы, поговорки, фразеологизмы, ходячие цитаты (допустим, из Священного Писания, из классических произведений русской литературы, из русских романов и песен). В русский язык органично вошли и стали его неотъемлемой частью (именами нарицательными) имена многих литературных героев (Митрофанушки, Обломова, Хлестакова и др.). К языку относится все увиденное “глазами языка” и языковым искусством созданное. (Нельзя не учесть, что в русское языковое сознание, в мир, увиденный русским языковым сознанием, вошли понятия и образы *мировой* литературы, *мировой* науки, *мировой* культуры — через живопись, музыку, переводы, через языки греческий и латинский.)» [8, с. 27].

Мысли Лихачева нетрудно спроецировать на современный рекламный дискурс. Работа рекламиста — это обслуживание массовой культуры: в акте потребления классических концептов массовый человек потребляет, тиражирует и воспроизводит прежде всего самого себя. Однако Моцарт, льющийся из мобильного телефона или ставший фоном для рекламного ролика, отнюдь не скомпрометирован в этой своей прикладной функции и остается классикой. В самом деле, массовая культура, к которой относится реклама, живет рефлексам культуры высокой, активно эксплуатируя посредством языка ее идеи и образы: «ботичеллевская Венера», «брейгелевский пейзаж», «персонаж с картины Босха», «беклиновские наяды», «сновидение в духе Дали», «золото Климта» — все эти выражения и образы в дизайне, уличной и телевизионной рекламе отсылают к европейскому искусству, в свою очередь, напитанному образами древнегреческой мифологии, римской истории, Библии и классической литературы.

Рекламный дискурс, в свою очередь, также оказывает влияние на национальный язык, подпитывая его концептами, устойчивыми словосочетаниями и фразами сродни пословицам и поговоркам. Именно об этом пишет Т. П. Романова: «Слоган нередко содержит в себе сгусток креативной образности, превращающей его в народный фразеологизм, экспрессивное средство разговорной речи, например: “*Бери от жизни все*”; “*Не дай себе засохнуть*”; “*Сладкая парочка*”; “*Райское наслаждение*”; “*Иногда лучше жевать, чем говорить*”» [9, с. 7]. Столь же активно влияют на язык слоганы, транслируемые телевидением [10].

Концептосфера национального языка включает в себя множество литературных концептов, а потому литературные образы, вызывая определенные ассоциации, способствует формированию у человека чувства культурной принадлежности. Русская аудитория имеет свои особенности, обусловленные отечественной культурной традицией, которой до сих пор свойственна предельная литературоцентричность. В известном смысле отечественной мифологией (в бартовском значении — т. е. «вторичной семиологической системой» [11, с. 78]) можно считать именно русскую литературу. До сих пор «литературоцентричность» заявляет о себе в

повседневных культурных практиках российской жизни — достаточно проанализировать популярные стратегии современной рекламы и организации массовых развлекательных мероприятий, способы формирования брендов, дискурсы СМИ, заголовки статей. Большая часть перечисленного восходит к литературным источникам (т. н. «прецедентным текстам» [12, с. 216]), которые по-прежнему остаются единой платформой для отечественной культуры — при всей ее внешней пестроте.

Отечественные рекламные сюжеты часто связаны с национальной классикой — универсальной «копилкой» образов и ассоциаций: *«Это твой первый балл, Наташа»* (о пенсионной реформе). Подключив иронию, можно едва ли не любую фразу из классики представить в рекламном контексте: *«Счастливые килограммов не наблюдают»* (реклама сладостей), *«Не жалею, не зову, не плачу...»* (реклама детского питания), *«Кто сказал, что люди не летают?»* (реклама обуви Ессо).

Возможности употребления в рекламном контексте «крылатых фраз» из репертуара отечественной классики безграничны. Можно привести немало примеров аппликации, связанной с «вмонтированием» в современный публицистический / рекламный текст не цитат и литературных концептов, а фразеологизмов и паремий.

Итак, русская литература — важнейшая составляющая отечественной концептосферы и мифологии. Региональный контекст рекламы только добавляет этой мифологичности большей отчетливости и «живой топографии», напрямую апеллирующей к «московскому», «крымскому», «петербургскому» / «ленинградскому» тексту (примеры «эксплуатации» последнего — Дни Достоевского, Довлатовский фестиваль и т. п.). Мифология места становится своего рода брендом.

В этой связи следует отметить высокую степень семиотичности петербургского пространства, которое тоже нуждается в «филологическом сопровождении». Мы имеем порожденные «петербургским текстом» концепты, которые присутствуют в нашем культурном сознании. Петербургский «культурный капитал» в наши дни активно используется — и не только на культурных форумах и специальных мероприятиях, но и в сугубо рекламных, коммерческих целях. Вспомним «Литературное кафе» на Невском, арт-кабаре «Бродячая собака», рестораны «Чехов», «Гоголь», «Идиот», «Два Му», компанию доставки еды «DOSTAевский» и многие другие отсылки к русской классике. Как пример ироничной апелляции к культуре в, казалось бы, далекой от нее сфере приведем слоган на окнах одной из петербургских рюмочных: *«Здесь не были Высоцкий, Довлатов, Есенин, Бродский — открой свой собственный список современных классиков!»* Один из последних примеров эксплуатации «бренда от культуры» — присвоение аэропорту Пулково имени Федора Михайловича Достоевского.

Все сказанное говорит о важности для рекламистов владения «прецедентными текстами» в их национально-культурной обусловленности.

Искусство и литература как ее часть — фундамент национальной культуры, кратчайшее расстояние между человеком и социумом, лучший из возможных способов приобщения к истории своего народа, постижения его духа. Язык имеет свою память, которой способствует существование богатейшей тысячелетней литературы, письменности — с множеством жанров, типов литературного языка, разнообразие литературного опыта. Язык и литература, порожденная им, — универсальный «культурный код», способ выходить в мир человеческих отношений, влиять на действительность, понимать себе подобных. И для специалистов целого ряда направлений, рекламного в том числе, знание культурных реалий, владение этим «кодом» — важнейший путь к пониманию национального характера, психологии соотечественников, их культурных запросов и вкусов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Тихомирова Л. С. Рекламоведение: филологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью: учеб.-метод. пособие / Л. С. Тихомирова. — Пермь, 2013. — 143 с.
2. Реклама: язык, речь, общение: Учеб. пособие / Под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. — М. : Инфра-М, 2011. — 288 с.
3. Рекламный текст: семиотика и лингвистика / сост. Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин. — М. : ИД Грабельникова, 2000. — 268 с.
4. Боева Г. Н. «Канон русской литературы» как культурная матрица профессиональной деятельности рекламщиков / Г. Н. Боева // Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития: XV Всероссийская научно-практическая конференция, 15 февраля 2018 г. — СПб.: СПбГУП, 2018. — С. 45-48.
5. Шмелев А. Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю / А. Д. Шмелев. — М. : Языки славянской культуры, 2002. — 224 с. — (Язык. Семиотика. Культура. Малая сер.).
6. Сурина В. Н. Понятие концепта и концептосферы / В. Н. Сурина // Молодой ученый. — 2010. — № 5. — Т. 2. — С. 43-46. — URL <https://moluch.ru/archive/16/1517/> (дата обращения: 15.01.2019).
7. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Лихачев Д. С. Избранные труды по русской и мировой культуре. — СПб. : СПбГУП, 2015. — С. 240-251.
8. Лихачев Д. С. Культура как целостная среда / Д. С. Лихачев // Там же. С. 21-33.
9. Романова Т. П. Современная слоганистика: учебное пособие / Т. П. Романова. — Самара : Издательский Дом «Бахрах-М», 2013. — 192 с.
10. Романенко Я. Н. Влияние языка рекламы на современный русский язык (на материале слоганов телевизионной коммерческой рекламы) / Я. Н. Романенко // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. — 2007. — № 1. — С. 108-115.
11. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. — М. : Издат. группа «Прогресс», «Универс», 1994. — 616 с.
12. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — М. : URSS ЛКИ, 2007. — 261 с.

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна*

*Боева Галина Николаевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью*

*E-mail: g\_boeva@rambler.ru*

## ЯЗЫКОВЫЕ МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СРЕДСТВА В ЗАГОЛОВКАХ ИНТЕРНЕТ-СМИ ВО ВРЕМЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

*Артамонова И. М.*

*доктор наук по социальным коммуникациям, профессор*

*Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: inesa\_artamonova@mail.ru*

*Ефименко А. А.*

*Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: efimencko.lina2010@yandex.ua*

В данной работе поднимается тема использования в заголовках журналистских текстов различных типов языковых манипулятивных средств на примере официального сайта украинской газеты «Сегодня». Актуальность этой темы обусловлена продолжительной информационной войной между Украиной и Донбассом, огромной ролью заголовков в традиционной и онлайн-прессе, а также разнообразием манипулятивных средств и приёмов. В статье содержится детальный анализ заголовков публикаций «Сегодня», тематически связанных с вооружённым конфликтом на Донбассе. Выявленные манипулятивные средства классифицированы для определения тенденций использования различных типов манипуляций журналистами издания.

**Ключевые слова:** заголовок, интернет-СМИ, манипуляции, информационная война, языковая манипуляция.

### LANGUAGE MANIPULATIVE MEANS IN ONLINE-MEDIA HEADLINES DURING THE INFORMATION WAR

*Artamonova I. M., Efimenko A. A.*

The article raises the point of using different types of language manipulative means in the headlines of journalistic texts on the example of the official site of the Ukrainian newspaper «Segodnya». The relevance of this topic is due to the long information war between Ukraine and Donbass, the huge role of headlines in the traditional and online press, and a variety of manipulative means and techniques. The article contains a detailed analysis of the headlines of «Segodnya» publications, thematically related to the armed conflict in Donbass. The revealed manipulative means have been classified to identify trends in the use of various types of manipulation by journalists.

**Keywords:** headline, online media, manipulation, information war, language manipulation

Важнейшую роль в подаче и, соответственно, восприятии журналистских материалов играют заголовки. Они способны формировать определённое мнение о событиях или людях, навязывать реципиентам необходимую манипулятору картину мира, вызывать различные реакции и так далее.

Заголовки публикаций в Интернете значительно отличаются от аналогичных структурных компонентов текстов, используемых печатными СМИ. В большинстве случаев заголовки расположены в так называемой «новостной ленте», находящейся на главной странице онлайн-издания — то есть, подаются и воспринимаются в качестве гиперссылки на материал, отдельно от его основного содержания [3]. Композиционную основу интернет-текстов составляет принцип «перевернутой пирамиды»: заголовочный комплекс излагает главную мысль публикации, а собственно содержание только делает эту информацию более конкретной. От этого во многом зависит и то, как пользователи воспринимают информацию, потому что подавляющее большинство реципиентов поверхностно знакомятся с заголовками в новостной ленте и чаще всего не читают материалы целиком. Это требует дополнительного перехода по ссылке на отдельную страницу, что отнимает время, которого у современного человека, живущего в информационном обществе, попросту нет. Именно в такого рода условиях манипуляторы получают возможность проще и быстрее реализовать свои намерения [3].

С лингвистической и общественно-политической точек зрения интерес представляет также громадный потенциал всевозможных речевых средств, накопленных заголовками в процессе постоянного и крайне динамичного развития журналистики в целом и её онлайн-сферы, в частности. В медиа оперативно отражаются изменения во всех сферах жизнедеятельности человека, на которые безусловно реагируют язык и речь. Во время же активных стадий информационных войн используется максимальный объём разнообразных манипулятивных средств.

В данном исследовании мы сосредоточим внимание на использовании различных типов языковых манипулятивных средств в заголовках материалов, опубликованных на официальном сайте украинской газеты «Сегодня» за 2018 год. В условиях информационной войны Украины с Донбассом и Россией интерес для нас представляют публикации, тематически связанные с Луганской и Донецкой Народными Республиками. Доля этих материалов в общем объёме публикаций составила 9%, что свидетельствует о смене вектора внимания издания спустя несколько лет информационной войны. Все публикации имеют негативный характер, что и неудивительно, учитывая общественно-политическую ситуацию вооружённого конфликта.

33% проанализированных заголовков либо не содержат явных манипуляций, либо использованные в них приёмы выходят за рамки выбранной нами типологии. Выделим четыре типа языковых средств манипулирования, которые использовали в заголовках своих материалов журналисты «Сегодня»:

1. **Графическим** типом средств манипуляции (18% заголовков) можно назвать приём, когда отдельные понятия или словосочетания помещаются в кавычки. Двусмысленное значение, приобретаемое при этом итоговой

конструкцией, с одной стороны, остаётся основанным на фактах, но с другой, — добавляет в заголовок смысл, намеренно заложенный манипулятором. Достигается эффект иронии, полуправды, пренебрежения и так далее.

*В ОБСЕ призвали выполнять «рождественское перемирие» на Донбассе*

*Тука назвал число украинцев, «осуждённых» боевиками «ЛНР» [2].*

Для сравнения — ещё один материал по той же теме, опубликованный в тот же день, озаглавлен без использования подобных приёмов:

*Тука рассказал, в каких преступлениях подозреваются некоторые из освобождённых пленных [2].*

2. Подавляющее большинство манипуляционных приёмов, используемых в заголовках (42%), применяется с помощью **лексико-семантических** средств. Значение какого-либо понятия трансформируется, что приводит к изменению смысла всего сообщения. Самый простой, а потому и наиболее часто применяемый способ, — использовать экспрессивно-окрашенную лексику, а точнее — заменить ею нейтральные слова. Это зачастую не соответствует фактической составляющей заголовка и материала в целом. Экспрессивную окраску можно придать и глаголам, использование которых крайне важно в интернет-журналистике. Также для создания ироничного оттенка часто используют понятия, которые в контексте заголовка и темы приобретают противоположный сообщению смысл. Этот приём, как и многие другие, обычно применяют в сочетании с другими манипуляциями. Чтобы снизить значимость определённых понятий или событий, многие авторы создают неологизмы. Чаще всего это слова оскорбительного характера, формирующие вполне конкретное отношение реципиентов к называемым объектам.

Здесь использовано также графическое средство:

*В Харькове водитель показал **копам** «права» Януковича [2].*

3. Немного более сложными являются манипуляции на **семантико-синтаксическом** уровне (19%). Это гиперболизация, недосказанность (порождающая эффект обманутого ожидания), а также применение смыслового сращивания: неоднородные члены используют как однородные, или в общий контекст помещают невзаимосвязанные события, что нарушает восприятие. Иногда к этим средствам относятся каламбуры, основанные на множественных значениях одного понятия.

В следующем примере также использованы лексико-семантические средства:

*На Донбассе замдекана вуза **обложила** студентов **данью** [2].*

4. Самые редко используемые средства, несмотря на большой потенциал, — **фразеологические** (4%). Это может быть использование пословиц, поговорок и прочих устойчивых выражений, что создаёт ироничную модальность в определённом контексте, либо трансформация подобных выражений и крылатых фраз [3].

В данном примере использованы также графические и лексико-семантические средства:

*«С Новым годом, Мартынов»: российский актёр загремел в чёрный список «Миротворца» [2].*

Таким образом, можно сделать вывод, что журналисты сайта украинской газеты «Сегодня» широко используют различные типы языковых и прочих манипулятивных средств в условиях информационной войны, активно комбинируя их для создания у читателей негативного отношения к Донбассу. Экспрессивная лексика, недосказанность, трансформация смыслов — излюбленные приёмы корреспондентов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Клещина Н.Н. Языковая игра как средство манипуляции в заголовках англоязычной прессы / Н.Н. Клещина // Журнал Власть. — Выпуск №6. — 2016.

2. Сегодня // Официальный сайт газеты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.segodnya.ua/>

3. Якель А.О. Порядок классификации речевых способов манипулятивного воздействия средств массовой информации / А.О. Якель // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы [Текст]: материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов (Воронеж, 27—28 октября 2016 г.) / под ред. Тулупова В.В. — Воронеж: ВГУ, 2016. — Часть 2. — С. 138—140.

*Донецкий национальный университет*

*Артамонова Инесса Михайловна, доктор наук по социальным коммуникациям, профессор, декан филологического факультета, зав. кафедрой журналистики*

*E-mail: inesa\_artamonova@mail.ru*

*Ефименко Алина Александровна, магистрант, направление подготовки «Журналистика»  
Донецк*

*E-mail: efimencko.lina2010@yandex.ua*

## ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СМИ ЧЕРЕЗ КУЛЬТУРНЫЕ ЕДИНИЦЫ

*Сереброва С.Б.*

*кандидат филологических наук, доцент  
Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского*

*Донецк*

*E-mail: sb\_serebrjva@i.ua*

«Политик до такой степени не принимает на веру свои слова,  
что всегда удивляется, когда другие понимают его буквально»

Ш. де Голль

В статье рассматриваются актуальные проблемы политического дискурса современных СМИ. Проанализированы языковые единицы, создающие вертикальный контекст, в которых заключены культурные коды, свойственные языковой общности, населяющей данную территорию и служащие средством идентификации. Рассмотрены разные виды прецедентных феноменов, используемые как в исходном, так и в трансформированном значении.

**Ключевые слова:** политический дискурс, интетекстуальность, прецедентность текстов СМИ, цитатность, языковая игра.

### REFLECTION OF MODERN REALITIES IN THE POLITICAL MEDIA DISCUSSION BY CULTURAL UNITS

*Serebrova SB*

The article discusses the current problems of the political discourse of modern media. The language units are analyzed, they create a vertical context, in which cultural codes are inherent in the linguistic community, inhabiting a given territory and serving as a means of identification. Various types of case phenomena used in both the original and the transformed sense are considered.

**Keywords:** political discourse, intextuality, media precedent texts, quotation, language game.

Исследование политического дискурса СМИ представляет огромный интерес для заинтересованного исследователя, так как современная мировая политическая жизнь изобилует яркими событиями, отраженными в многочисленных ток-шоу на телевидении, широко освещается в новостных передачах, а также на страницах периодической печати.

Медиадискурс как объект лингвистики – направление относительно новое, востребованное и актуальное. В сферу его интересов входит изучение языка журналистских текстов (как письменных, так и устных), тех существенных изменений, которые происходят в них. Постмодернистская ситуация отразилась и на тенденциях в развитии современного медиадискурса. На первый план выходит яркая экспрессивная образность,

пронизанная иронией и сарказмом. От системы идеологем, присущей советскому прошлому, язык газеты переходит к системе культурем

Интертекстуальность – одна из характерных примет современного языка дискурса газеты. Можно заметить, что некоторые тексты в современной коммуникации строятся в соответствии с общими принципами создания постмодернистского текста, то есть в значительной степени состоят из аллюзий, метафор, явной и скрытой полемики, стилизации и иных приемов интертекстуальности на уровне содержания и жанрово-стилистических особенностей. В подобных случаях интертекстуальность становится ведущим композиционным принципом, а не единичным приемом. Такие тексты требуют специального подхода, необходимого для интерпретации сложных «многослойных» текстов, созданных в рамках постмодернистской парадигмы. Этим вопросам посвящены исследования В.Г.Костомарова, Н.Д.Бурвиковой, С.И.Сметаниной, А.П.Чудинова и др.

*Целью данной статьи* является анализ интертекстуальных вкраплений в политическом дискурсе современных СМИ, а также лексико-стилистических особенностей их использования.

В дискурсе современной газеты преобладают статьи на политические темы. Именно статьи с политической тематикой отличаются яркой образностью, часто негативной, в них активно используются различные виды прецедентных феноменов.

Известный русский исследователь политического дискурса В.З.Демьянков приводит такое сравнение: «...дискурс СМИ, в частности и политический, – нечто вроде закуской МакДоналдса: такой дискурс должен легко перевариваться и быстро производить свой эффект («усваиваться», как и любая fast food), позволяя по возможности незаметно манипулировать сознанием аудитории» [4, 374].

Культурная составляющая современного политического дискурса СМИ отражается в заголовочном комплексе. Общеизвестно, что заголовки выполняют стратегическую задачу в тексте газеты, так как они несут не только смысловую, информативную нагрузку, но и призваны привлечь внимание читателей не только внешним видом (графикой), но и необычной стилистикой. «Разные языковые приемы позволяют превратить заголовок в тот самый «крючок», который способен привлечь внимание к любой проблематике. Журналист имеет право вступить в коммуникативную игру с реципиентом через заголовок, он может использовать игровые стратегии и тактики образования интригующего названия» [1, с.105]. Например: «**Трудно быть Богом, Виктор Федорович?**» [«КП» 9.12. 2014], «**Неужели в Москве есть воры?**» («Мастер и Маргарита») [Эхо Москвы 4.02.16], «**День Суркова...**» [НТВ, «Место встречи», 12.02.2019], «**Отжыг недели. Ну зачем Юля разлила ртуть?**», **Чем бы ГАИ не тешилось...**» [«КП» 2.04. 2018], «**Не в бровь, а в газ**» [2.05.17 «Время»], «**Поднятая Астана**» [5.12.16 «Время»].

В тексте (понимается нами в широком смысле: «весь мир – текст») культурная составляющая реализуется по-прежнему чаще всего в виде прецедентных высказываний. Это разные по структуре, по происхождению, по сферам употребления выражения, включающие самые разные высказывания. Это могут быть крылатые выражения, понимаемые в широком смысле, включающие в себя пословицы, поговорки, общеизвестные фразы из классической литературы, из фильмов, высказывания известных людей. Главным критерием является их широкая известность в идеале всем жителям данного когнитивного пространства. Приведем примеры; *«Активно продвигается мысль, что **худой мир лучше доброй ссоры** и надо снова продавать в РФ вагоны и вкусные сыры, чтобы забыть торговые войны, оккупацию и смерти 10 тысяч людей как страшный сон – ради интереса страны, мира и будущего своих детей»* [«КП» 10.01. 2016], *«Если Арсений Петрович регулярно повторял, что все плохо из-за «агрессии Путина», то кабинет «технократа» Владимира Борисовича делает хорошую мину при плохой игре в духе **«все хорошо, прекрасная маркиза»**»* [РИА Новости, Украина, Евгений Котенко «Обстановка накаляется» 13.03.2016].

Российские СМИ в отличие от украинских используют более широкий спектр эмоционального воздействия на читателя и в разнообразном использовании прецедентного текста. Как правило, прецедентный текст выступает как инвариант восприятия и относится к числу вербализуемых феноменов, т.е. при необходимости он может быть воспроизведен описательно, если это объемное художественное произведение; и может цитироваться в полном виде, например, анекдот, детские стихи, тексты песен, рекламы, сказки, притчи и т.д. Таким образом, «прецедентный текст есть законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности; (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу» [5, 190]. Приведем примеры апелляции к прецедентным текстам из материалов современных украинских СМИ. *«Украина давно напоминает мне **Шир**, родину хоббитов: в ней практически нет государства, зато это теплый, плодородный край, населенный в основном добродушным, прижимистым и здравомыслящим народом. По сравнению с ней Россия, особенно Москва, – конечно, **Мордор**. Тут и климат жестче, и **орки** встречаются на каждом шагу»* [Леонид Бершидский, Snob.ru., <http://censor.net.ua/r240801>, 02.05.18], *«Пока не известно, как будет выглядеть законопроект, но совсем скоро мы узнаем, на сколько лет будут сажать за пересказ истории о призвании варягов из **Повести временных лет**, и что светит тем, кто усомнится в вековой дружбе русского и татарского народов, столь ярко проявившейся в ходе **Куликовской битвы**. Кстати, что будет за попытку усомниться в том, что в ходе Второй мировой советские люди совершали только подвиги и ничего кроме, мы уже знаем, - этому посвящен отдельный законопроект, который вот-вот станет законом. От двух до пяти в колонии общего режима. [https://eadaily.com/news/2016.01.16]. «Про кастет заявила Ирина*

Геращенко. Спасибо, Виктор Андрееч, вам отдельное за эту депутатку. О подобных обладателях минимального интеллектуального ресурса король ужасов **Стивен Кинг** афористично сказал - **свет есть, но дома никого нет**. Апломб и вечная истерика, помноженные на тотальное невежество, - картина, в разы сильнее **Фауста Гете**. Сегодня Ирина обогатила свой арсенал задорной феней и потешными гримасами, усилив собой штаб Кличко. *Бедный Виталий...*» [<https://eadaily.com/news/2016.01.16>], «У нас есть свои **доны Рэбы**, и все знают как их зовут. У нас есть свои **Руматы**, просто они еще не названы по именам. Я только молюсь, чтобы судьба нашла своих героев немного по-другому. Что бы ничто не заставило **Румату** с мечом наголо идти по трупам. Потому что это может произойти. Произойти не из-за дешевых провокаций, а из-за судьбоносных злых поступков власти» [<https://www.donetsk.kp.ru/daily/26941/3992352>]. В данных примерах мы можем отметить, что использовано не название текста, а, как в первом примере, ключевые слова, по которым легко определяется повесть Джона Р.Р.Толкина «Хоббит, или Туда и обратно»; во втором – журналист использует прецедентный текст и прецедентную ситуацию; в третьем – приводится автор афоризма и известное прецедентное имя – универсальный прецедентный феномен; в четвертом – по именам героев угадывается роман братьев Стругацких «Трудно быть богом». Радует, что авторы интернет-публикаций чаще используют прием обращения к интеллекту читателя, ссылаясь не только на произведения из школьной программы.

Особенностью политического дискурса является его стилистическая неоднородность. В одной стороны журналисты обращаются к лучшим литературным источникам, с другой, – широко используют лексику разговорного стиля, жаргоны, а иногда и просторечия. Это во многом связано с темой журналистского текста и его «героями». Приведем примеры: «*Но осталось пара местечек, где не все **предъявы перетёрты** и за дерзкие **базары не отвечено**. Это два крупнейших города — Киев и Днепрпетровск*», «*В принципе, в Киеве «всё понятно». Больших сюрпризов в столице двух майданов и горелых крышечек не намечается. Активный электорат, с обжатыми кастрюлями головами, выбирает путь **по граблям***» [Бойня в Днепре: На что пойдёт Коломойский. Александр Ростовцев: 04 Ноябрь 2015]

Итак, политический дискурс, чтобы быть эффективным должен строиться в соответствии с определенными правилами. Явно выраженная агрессивность политического дискурса, оскорбительная оценочность, тактики дискредитации личности, ирония, сарказм – характерные признаки современного политического текста. В качестве положительных тенденций отметим, что все больше появляется статей с достаточно толерантным, уважительным отношением к носителям оппозиционных взглядов; с использованием скрытой иронии, более изощренных способов стилистической образности, завуалированных форм манипулирования. Исследователями замечено, что политический кризис в государстве «влечет

активизацию политических метафор в дискурсе» [3, 400]. По мысли Д.Б.Гудкова «...ПФ играют важнейшую роль в формировании национального мифа, отражая и задавая шкалу ценностных ориентаций и моделей социального поведения внутри определенного лингвокультурного сообщества» [3, 411]. Одной из целей СМИ является формирование общности взглядов людей, живущих на данной территории.

Тенденции в развитии языка современного медиадискурса таковы:

- язык СМИ тяготеет к экспрессии, яркой образности, которая реализуется разными средствами, одним из которых является использование прецедентных феноменов. Именно они позволяют актуализировать фоновые знания читателя за счет введения в структуру повествования «культурного кода»;

- в языке СМИ наблюдается смешение стилей, использование всех пластов лексики. Особенно сильно влияние разговорного стиля и жаргона.

Интертекстуальность – одна из характерных примет языка современной журналистики. Ее изучение позволяет глубже понять культурную составляющую современного когнитивного пространства. Прецедентные феномены играют огромную роль в формировании языкового когнитивного пространства. Они одновременно и формируют и определяют его.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонова И. М. Игровое кодирование как структурный показатель мотивирующих заголовков / И. М. Артамонова // Русский язык и литература. Проблемы изучения и преподавания в школе и вузе : сб. науч. тр. – К., 2006. – С. 104–109.

2. Бурвикова Н. Д. Воспроизводимые сочетания слов как лингвокогнитивная и терминологическая проблема / Н. Д. Бурвикова, В. Г. Костомаров // Филологические науки. – 2006. – № 2. – С. 45–53.

3. Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса / Д. Б. Гудков // Язык средств массовой информации : [учеб. пособие для вузов ; под ред. М. Н. Володиной]. – М., 2008. – С. 401–418.

4. Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В. З. Демьянков // Язык средств массовой информации : [учебное пособие для вузов, под ред. М. Н. Володиной]. – М. : Академический Проект. Альма Матер, 2008. – С.374-393.

5. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»; миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 309 с.

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского  
Сереброва Светлана Борисовна, кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры лингводидактики  
Донецк  
E-mail: lingvodid@kaf.donnuet.education*

## ФРЕЙМИНГ В КОММУНИКАТИВНОМ ПОТОКЕ

*Артамонова И. М.*

*доктор наук по социальным коммуникациям, профессор  
Донецкий национальный университет  
Донецк*

*E-mail: inesa\_artamonova@mail.ru*

*Антоненко Ц. А.*

*Донецкий национальный университет  
Донецк*

*E-mail: tsesanna@yandex.ru*

Описаны основные этапы становления фрейминга как отдельного направления коммуникативистики. Рассмотрены функциональные особенности фреймов в контексте медиаисследований. Фрейминг охарактеризован как способ конструирования медиареальности или даже реальности в целом. Аргументируется интерпретация фрейма как рамочного сценария репрезентации событий реальности, включающего в себя стержневую идею, ряд стереотипных (сценарных) элементов и призванного повлиять на восприятие событий реальности как массовой аудиторией, так и отдельными коммуникантами.

**Ключевые слова:** фрейм, фрейминг, сценарий, журналистика, медиа.

### FRAME IN A COMMUNICATIVE STREAM

*Antonenko Ts. A.*

The main stages of the formation of framing as a separate goal of *Communicativistics* have been described. The functional features of frames in the media research context have been considered. Framing has been characterized as a way to construct a media reality or even reality in general. The interpretation of the frame as a framework scenario for the representation of reality events, including the main idea, a number of stereotypical (scenario) elements and intended to influence the perception of reality events both by a mass audience and individual communicants, has been argued.

**Keywords:** frame, frameing, scenario, journalism, media.

Одной из самых популярных теорий и тем для изучения в современной научной школе является теория фрейминга (или просто фрейм). В отечественной коммуникативистике этот информационный феномен остаётся недооценённым, в то время как зарубежные исследователи уделяют ему много внимания в последние годы. В частности, современные учёные Байша и Галаган в 2004 году выделили четыре этапа становления анализа фреймов как отдельного направления [4]:

1. В 20-30-е годы XX века отмечается рост интереса к этому информационному феномену, который напрямую связан с увеличивающейся силой СМИ и более детальным анализом деятельности массмедиа. Именно в этот период СМИ впервые рассматриваются как серьёзное оружие пропаганды и борьбы с противником в Первой мировой войне.

2. В 30-60-е годы прошлого века происходит заметный сдвиг в исследовательском фокусе. Теперь фрейм и другие масс-медийные эффекты стали восприниматься как эффективный способ закрепления господствующих в обществе систем и отношений.

3. 70-80-е годы XX века показали новую силу СМИ. Теперь медиа не просто закрепляют, как это было в предыдущем периоде, а формируют позиции и взгляды аудитории относительно тех или иных ситуаций. Вместе с тем и сам анализ деятельности СМИ становится более глубоким.

4. С 90-х до наших дней господствует период «социального конструктивизма», при котором медиадискурс понимается как часть процесса, когда аудитория создаёт своё личное мнение о событии, основываясь на мнениях, приведённых ранее в СМИ. Вместе с тем общественное мнение представляет собой кристаллизацию того, что было приведено ранее в СМИ.

Таким образом, становится понятно, что вместе с развитием средств массовой информации, их всё более глубоким изучением, исследователи больше узнавали о фреймах, меняли подходы к их пониманию и осознанию. Однако прежде, чем перейти к особенностям функционирования фрейма, нужно понять, что такое фрейм и как его определение влияет на принцип действия коммуникативного феномена.

В первую очередь обратимся к этимологии слова «фрейм» и попробуем подобрать ему русский аналог, который отобразит суть феномена и будет более понятен русской аудитории.

Большинство отечественных исследователей обращается к русскому слову «рамка», представляя его аналогом термина «фрейм». Данная позиция напрямую исходит из фактического перевода английского существительного «frame». В данном понимании фрейминг представляется нам рамочным явлением в журналистике.

Чтобы увидеть, как это работает и почему мы не придерживаемся этой позиции, посмотрим на практическое применение фрейма в отечественной журналистике. Для наглядного примера нами было выбрано одно из самых масштабных в контексте мирового дискурса событий 2018 года – встреча мировых лидеров в Париже по случаю 100-летия окончания Первой мировой войны – и один из ведущих телеканалов Российской Федерации «Россия 1».

Из всего многообразия возможных тем внутри такого масштабного события российские журналисты свели всю встречу к простому треугольнику «Путин-Трамп-Порошенко». В частности, акценты были расставлены на том, кто кому пожал руку, какие встречи между тремя мировыми лидерами прошли и прошли ли они вообще.

Таким образом, картина представляется следующая: просматривая общий информационный поток (встречу в Париже), журналисты выделяют конкретный фрагмент («Путин-Трампа-Порошенко») и демонстрируют его аудитории, отсекая всё лишнее, т.е. ту информацию, которая не попала в рамку.

Отчасти это правильная трактовка действия фрейминга, но рассматривая предмет нашего исследования более детально, мы ставим перед собой ряд вопросов: как определяются фрагменты, попадающие в рамку, зависят ли они друг от друга, подходят ли под общий мировой или национальный поток информации и прочие. Отвечая на них, мы пришли к выводу, что эти факторы являются важными элементами фрейминга, а значит, «рамка» представляет собой слишком узкое определение, которое не может в полной мере отобразить все функции и возможности фрейма, а представляет собой только малую его часть.

Вместе с тем хочется отметить, что фрейминг гораздо более сложное и, что немаловажно, более тонкое явление, чем рамочное решение, потому что для его создания журналистам или творцам медиа (владельцам медиакорпораций, представителям власти или олигархии) приходится проводить сложный и многогранный анализ общего информационного потока. Это важно в первую очередь для того, чтобы выполнить самую главную цель фрейминга: создание целостной картины существующей реальности таким образом, чтобы она гармонично вплелась в более глобальный, чаще всего общемировой дискурс.

Учитывая всё вышесказанное, мы продолжили свои научные поиски подходящей отправной точки для определения понятия «фрейм». Мы обратились к толкованию английского глагола «to frame», который в дословном переводе означает «конструировать», «создавать», «моделировать». Именно такую интерпретацию мы считаем наиболее подходящей для изучения и понимания предмета нашего исследования, потому что с этой точки зрения фрейминг представляется нам не способом подачи или обработки информации, но способом конструирования медиареальности или даже реальности в целом.

Для того, чтобы рассмотреть эту точку зрения, обратимся к уже приведённому выше примеру встречи мировых лидеров в Париже. Выше мы упоминали о том, что российские телеканалы, в частности телеканал «Россия 1», свели это событие к треугольнику «Путин-Трампа-Порошенко». Здесь мы отметим, что подобным образом поступили и телеканалы Украины, США и других стран мира.

Обратимся к словам самих журналистов о том, что они увидели:

- «Путин и Трамп всё-таки встретились, пожали друг другу руки. Да, это была короткая встреча, но какими-то фразами они всё-таки обменялись»;
- «Трамп в очередной раз вызвал на себя шквал критики»;
- «Путин из полусотни президентов вышел последним, и это может о многом говорить»;

- «Украинский Президент выходил задумчивым и, как показалось, не в очень хорошем настроении».

Отметим, что эти фрагменты выбраны не случайно, а исходя из общемировой политической ситуации. Соединённые Штаты и Российская Федерация – два представителя биполярности мира, поэтому лидеры этих двух государств в любом случае привлекли бы к себе внимание, что до украинского лидера, то он стал предметом столь пристального внимания журналистов из-за событий на востоке страны и конфликта с РФ. Таким образом, именно взаимодействие этих трёх президентов стало эпицентром встречи, и именно такой её увидела массовая аудитория в разных странах мира, и каждая картинка, представленная разными СМИ, гармонично вплелась в общемировой информационный поток.

Также подчеркнём, что при использовании фрейминга журналисты определяют не только то, что увидит аудитория, но и то, как она это увидит. Скажем, встречу в Париже люди во всем мире увидели, как встречу Путина и Трампа (в первую очередь) и очередной позор Порошенко, которого Президент Америки так и не заметил во время пожатия рук всем, кто стоял рядом с ним.

Проанализировав механизм фрейминга, перейдём к вопросу о том, что всё-таки он собой представляет. Чёткого определения фрейминга так никто и не дал, но подтверждение своей точки зрения мы находим в работе американского учёного Роберта Энтмана, который в своих исследованиях также отталкивался от значения английского глагола «to frame». Он объяснял термин таким образом: «выбирать определённые аспекты реальности и делать их более заметными в коммуникативном тексте, популяризируя таким образом определённую трактовку, интерпретацию её причин, моральную оценку и возможное её решение» [2].

Между тем одно из первых определений фрейма было дано в 1974 году Ирвином Гоффманом. Он называл этот коммуникативный феномен базисным элементом, который исследователь в состоянии идентифицировать в рамках конкретной ситуации. Ситуация, в свою очередь, подчинена организующим принципам, «генерирующим» те или иные события. Эти же принципы регулируют и субъективное участие аудитории в событиях реальности.

В 1979 году Марвин Минский написал: «Фрейм является структурой данных для представления стереотипных ситуаций. С каждым фреймом ассоциирована информация разных видов» [3].

В понимании социологов У. Гэмсона и Ф. Модильяни фрейм — «это стержневая идея коммуникативного текста, раскрывающая суть и содержание основного сюжета информационного сообщения. При этом данная центральная сюжетная линия обычно содержит в себе также артикуляцию проблемной ситуации, предпочтительные способы её разрешения и определённые моральные суждения» [1].

Основываясь на вышеизложенном, мы попытались сформулировать собственное определение понятия фрейм, подобрав ему альтернативный, более понятный русской аудитории аналог.

В качестве базового мы предлагаем использовать термин «сценарий», считая его наиболее подходящим.

В самом общем понимании сценарий – это литературно-драматическое произведение, написанное как основа для постановки кино- или телефильма. Мы же понимаем под сценарием структуру создания и репрезентации событий реальности. Как и фреймы, сценарии формируются на основе событий и явлений, когда их ключевые элементы объединяются, образуя тематические (сценарные) структуры.

Таким образом, мы представляем себе фрейм как рамочный сценарий репрезентации событий реальности, включающий в себя, прежде всего, стержневую идею, а также ряд стереотипных (сценарных) элементов, и призванный повлиять на восприятие событий реальности как массовой аудиторией, так и отдельными коммуникантами.

В заключение отметим, что фреймы функционируют на разных коммуникативных уровнях, имеют несколько конфигураций, что позволяет создавать не только медиареальность, но и реальность в целом, что, в свою очередь, может привести к полной потере аудиторией связи с первоначальным информационным потоком.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Казакова А. А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию / А. А. Казакова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. — 2014. — Т. 14. — Вып. 4.
2. Каскадная теория фреймов [Электронный ресурс] — <https://medium.com/@mediadaily/каскадная-теория-фреймов-часть-1>
3. Минский М. Фреймы для представления знаний [Электронный ресурс] — <https://www.litmir.me/br/?b=134682&p=1>
4. Baysha O., Hallahan K. Media framing of the Ukrainian political crisis, 2000-2001 / O. Baysha, K. Hallahan // Journalism Studies. — 2004. — Т.5. — №2. — С. 233-246.

*Донецкий национальный университет*

*Артамонова Инесса Михайловна, доктор наук по социальным коммуникациям, профессор, декан филологического факультета, зав. кафедрой журналистики*

*E-mail: inesa\_artamonova@mail.ru*

*Антоненко Цесанна Андреевна, магистрант, направление подготовки «Журналистика»*

*Донецк*

*E-mail: tsesanna@yandex.ru*

## К ВОПРОСУ ОБ ЭВОЛЮЦИИ ЖАНРОВ ЖУРНАЛИСТИКИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

*Лютикова А. А.*

*Донецкий национальный университет*

*Донецк*

*E-mail: a.lyutikova@donnu.ru*

Усиление значения интернета в современной жизни приводит к формированию новых интернет-жанров. В связи с этим возникает необходимость в их классификации. В данной статье представлен анализ новых жанров журналистики в сети интернет. Указаны особенности и структурные характеристики данных медиатекстов. Представлен ряд дискурсивных признаков, которыми обладают данные медиажанры.

*Ключевые слова:* медиатекст, жанр, интернет-журналистика, медиажанр.

### TO THE QUESTION OF EVOLUTION OF THE JOURNALISTIC GENRES IN THE INTERNET NETWORK

*Lyutikova A. A.*

The increasing importance of the Internet in modern life leads to the formation of new Internet genres. In this regard, there is a need for their classification. This article presents an analysis of new genres of journalism on the Internet. The features and structural characteristics of these media texts are indicated. A number of discursive features presented by these media genres are presented.

**Key words:** media text, genre, online journalism, media genres.

Система жанров медиатекста – динамично развивающаяся структура. В современной журналистике можно проследить процесс появления и формирования новых жанров, которые возникают в процессе трансформации всей жанровой системы, корреляции и слияния отдельных жанровых групп. Диффузия жанрово-стилистических свойств журналистских текстов привела к значительным изменениям в жанровой системе. Это вызвано многими факторами.

Сегодня интернет-журналистика – это сложная и постоянно развивающаяся система, которая не только содержит конвергентные средства массовой информации, но и образует новые форматы медиа.

Благодаря мультимедиазации, интертекстуальности, гиперстекстуальности, интерактивности интернет-СМИ набирают большую аудиторию, нежели другие средства массовой информации. В сети Интернет с помощью поисковых систем можно найти тысячи номеров периодических изданий на русском и иностранном языках в электронном виде. Это та сфера медиа, которая выполняет не только информационную, рекреативную, культурно-просветительскую функции, но и идеологическую.

Формирование жанровой системы и ее отличительные черты менялись с той же скоростью, как и развивалась непосредственно интернет-журналистика. Однако, как именно она трансформировалась за это время, – вопрос довольно сложный.

Появление новых информационных технологий модифицирует всю Интернет-журналистику. На данный момент было проведено множество исследований, результаты которых приводят к выводу, что существуют следующие векторы развития в интернет-журналистике:

- 1) формирование общего информационного пространства с помощью тесного сотрудничества классических средств массовой информации с глобальными телекоммуникационными технологиями;
- 2) стягивание информационных потоков.

Система научного знания о характерных отличиях журналистики содержит в себе многогранные классификационные подходы, где проблема была рассмотрена с разных сторон.

Для выявления характерных особенностей между различными Интернет-изданиями следует обратиться к традиционной классификации, разделенной в которой происходит по таким признакам:

- 1) область распространения (общероссийские, региональные, местные);
- 2) общественное предназначение (общеполитические, отраслевые, узкоспециализированные, популярные, элитарные);
- 3) время и периодичность выпуска (ежемесячные, еженедельные, ежедневные, утренние, вечерние);
- 4) тематика и тип информации (новостные, аналитические, смешанные).

Все журналистские произведения можно классифицировать на основании многих отличительных особенностей. Журналистский жанр – это некий алгоритм, в соответствии с которым СМИ производят информационный продукт, а потребители его осмысливают. Несмотря на условную связь в сети интернет, между журналистом и читателем должен возникать некий диалог. Взаимодействие создателя контента и его потребителя является особенностью современной журналистики. Более того, с помощью современных технологий стирается временная грань, что выводит взаимодействие на новый уровень и появляется эффект общения в реальном времени. Все это мы можем наблюдать благодаря масштабному проникновению интернета в социальную жизнь общества. Следующей ступенью в развитии данного направления стало создание интернет-коммуникации, которая имеет не только выраженный интерактивный характер, но и способность к модификации жанров.

Вопросами изучения журналистской жанрологии занимались многие исследователи, такие как А. А. Тертычный, М. Н. Ким, Л. Е. Кройчик, С. М. Гуревич, В. Л. Цвик и др. Следует отметить, что с каждым годом предложенная ими жанровая классификация становится менее актуальной: происходят процессы изменения как внутри уже известных нам жанровых групп, так и возникновение новых жанров, отвечающих современным требованиям.

Актуальность настоящего исследования определяется трансформацией жанров интернет-СМИ, которые представляют новое своеобразие методов и

способов передачи информации. Предпосылками возникновения новых жанров являются изменение потребностей аудитории в форме подачи информации, социально-экономические изменения в жизни общества, политическая обстановка, технические новации и т.д. В современной журналистике происходит процесс вытеснения одних жанров другими. Например, взамен текстовых форм появляются дигитализированные. Трансформируясь и изменяясь, медиажанры сохраняют свои индивидуальные типологические признаки.

Научная система журналистских жанров построена на различных типологических подходах, каждый подход имеет свое представление о классификации жанров. В классическом определении жанры делят на информационные, аналитические и художественно-публицистические.

На сегодняшний день современные журналистские жанры представляют общую и расширенную систему. Особенностью такой системы является то, что, с одной стороны, она выражает себя постоянной, а с другой – динамичной.

В настоящее время происходит процесс интернетизации информационного пространства. Современная аудитория отдает предпочтение новейшим формам коммуникации – электронным гаджетам. Поэтому представляется актуальным изучение медиатекстов в сети Интернет.

Интернет-жанрология вызывает все больший интерес тем, что в полной мере соответствует современным исследованиям различных дисциплин в филологических науках. Это объясняет ее активное использование при изучении самых разных направлений и видов коммуникации, в том числе Интернет-коммуникации.

Журналистика имеет свои исторически сложившиеся методы отражения действительности. В своей работе А. А. Тертычный описывает журналистские жанры как устойчивые типы публикаций, объединенные содержательно-формальными признаками, называемыми жанрообразующими факторами: предмет отображения, целевая установка (функция) отображения и метод отображения [3], М. Н. Ким считает что, проблема жанрового определения этим не объясняется, потому что «в жанре пересекаются и отображаются важнейшие законы журналистского творчества: взаимодействие жанра и метода, соотношение содержания и формы, понятийного и образного в жанре, пространства и времени в жанре, авторского замысла и жанрового воплощения, целевой установки жанра и ожиданий читателей и мн. др.» [1, с. 23-25].

Развитие сетевых технологий не могло не оставить свой отпечаток на коммуникации общества. Многие считают виртуализацию социальных отношений негативным явлением, но вряд ли кто-то будет отрицать, что глобализация Интернета привнесла огромное количество новых возможностей в жизнь людей. Интернет-общение эволюционирует семимильными шагами, поражая разнообразием своих форм: от простых инструментов для сбора отзывов до организации одновременного

интерактивного общения сотен тысяч человек. Ярким примером тому могут послужить компьютерные онлайн-игры, серверы которых позволяют коммуницировать в режиме реального времени огромному количеству человек.

Общение в сети не имеет каких-либо чётких рамок, стандарты интернет-коммуникации меняются чуть ли не ежедневно. Сейчас лидирующие позиции занимает модель «все для всех», в рамках которой абсолютно любой пользователь может начать свою коммуникацию или же стать участником уже сложившихся контактов. Более того, дигитализация общества повлекла за собой создание особой жанровой системы медиатекстов, которая, в отличие от других видов СМИ, ориентируется на принципы мгновенного обмена информацией. Именно мгновенность является главным козырем интернет-коммуникации перед другими отраслями журналистики. По мнению М. Г. Шилиной, медиамикс общественных связей в современных реалиях по большей мере состоит как раз из виртуальных форматов.

С возрастанием важности роли интернета в жизни человека происходит формирование новых интернет-жанров. В связи с этим возникает необходимость в их классификации. Над этим работали такие исследователи, как И. А. Быков, Л. В. Балахонская, А. П. Атягина. Были изучены различные популярные социальные сети, особое внимание было уделено Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, так как они имеют наибольшую аудиторию.

Эмпирическим материалом исследования послужили социальные сети Instagram, Twitter, Pinterest. Все эти сервисы являются средствами мгновенного обмена текстовой, визуальной и аудиовизуальной информацией. Изучим жанры Insta, Twit и Pin как новейшую форму современного медиатекста.

Исследователи классифицируют жанры интернет-коммуникации с различных позиций. О. В. Лутовинова, опираясь на интенцию коммуникации, выделяет дискурсообразные (форум, смс, чат, блог, микроблог, онлайн-игры, e-mail) и дискурсоприобретенные (флуд, спам, флейм, виртуальный роман и послание) [2, с.47-49]. Жанры интернет-коммуникации возникают благодаря особым технологичным возможностям, получают некие свойства и характеристики, которые впоследствии могут меняться, переходить от одного жанра к другому в процессе трансформации и диффузии жанров. Например, дискурсообразный жанр «комментарий» может встречаться под постами в социальной сети или на страницах интернет-СМИ.

При рассмотрении жанрового своеобразия медиатекстов следует выделить следующие группы: новостные, рациональные и эмоциональные жанры. Первые — сообщают новую информацию, отвечая на вопросы «Кто? Что? Где? Когда? Почему?». Вторые — выявляют взаимосвязи между различными явлениями, анализируя и оценивая полученную информацию. Третьи — вызывают эмоциональную реакцию аудитории.

Применим данную систему признаков для выявления особенностей

жанров Insta, Twit, Pin. Они являются новостными, потому как мгновенно фиксируют факт в визуальной или текстовой форме; рациональными, в случае, если содержат указание на причины и последствия события, а также его анализ (инфографика); эмоциональными, если вызывают реакцию пользователя социальной сети.

Рассматривая структурные характеристики данных медиатекстов, следует указать на их особенности:

1) возможность теггинга осуществляется с помощью хештегов (метка, которая используется для распределения сообщений по темам в социальных сетях и блогах);

2) в некоторых медиатекстах существует ограничение количества передаваемой информации;

3) ограничение доступа к частной информации и коммуникации зарегистрированных на сервисе читателей;

4) высокая степень интегрированности в другие сервисы веб 2.0.

Данные медиажанры обладают рядом дискурсивных признаков. Во-первых, гипертекстуальностью. Многие лингвисты утверждают, что данное свойство является обязательным условием существования любого текста, так как имплицитно или внутри медиатекста существуют смысловые связи и корреляции. В интернет-СМИ этот термин означает связь между отдельными текстами, что позволяет получать информацию по внутренним и внешним ссылкам.

Дискурс Instagram, Twitter и Pinterest формируется как гипертекст. В данном случае мы подразумеваем его как особую форму организации печатного текста, опосредованную компьютерной средой и характеризующуюся процессом нелинейного письма и чтения. Данные ресурсы представляют собой ряд публикаций (изображение, текст), которые имеют различные переходы по внешним ссылкам. Так, например, в Instagram размещаются посты в виде фотографии с кратким описанием, а также хэштегами, отметкой о месте расположения объекта и отдельных пользователей. Все вышеуказанные инструменты содержат в себе ссылки для перехода на другую страницу.

Вторым признаком является интертекстуальность. В жанрах Insta, Twit, Pin это проявляется в возможности кросспостинга сообщений и других ресурсов. К примеру, в сети Twitter существуют микроблоговые площадки различных СМИ, а сеть Instagram позволяет распространять публикации в других социальных сетях.

Фотографии или текстовые посты, публикуемые на данных ресурсах, могут вызывать комментарии (дискурсообразный жанр). Зачастую данные формы становятся основным текстовым наполнением материала. Например, публикация в Instagram содержит фотографию, отметку о месте и хэштеги. В комментариях, путем коммуникации между автором поста и его читателями, происходит обмен дополнительной информацией.

Третий и, пожалуй, самый главный признак — креолизованность текста

— синтез вербальной и невербальной информации. Это позволяет привлечь внимание аудитории к публикуемой информации, а также удержать ее интерес к существующему профилю социальной сети.

Что касается функций данных жанровых форм, то стоит выделить информационную и аттрактивную. Первая функция помогает обеспечить мгновенную передачу информации или определение тематики публикации. Вторая — обеспечивает привлечение внимания аудитории к публикации, а также передачу эмоциональной оценки.

В новой технологической среде жанровая структура журналистики трансформируется, принимая новые формы и способы интерпретации информации. Рамки жанров интернет-журналистики зависят от технологической возможности коммуникативной платформы и, соответственно, они постоянно меняются, обновляются. Процесс появления новых жанровых форм и диффузии жанровой системы журналистики неизбежен и требует полноценного изучения и исследования.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004 (ОАО Техническая книга). – 335 с.
2. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О. В. Лутовинова. – Волгоград : Перемена, 2009. – 477 с.
3. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие / А. А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
4. Шмелева Т. В. Жанр в современной медиасфере / Т. В. Шмелева // Жанры речи : сб. науч. тр. / Под ред. В. В. Дементьева. Вып. 8 : Жанр и творчество. Саратов ; М. : Лабиринт, 2012. – С. 26–37.
5. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации / Л. Ю. Щипицина. – Архангельск : Поморский университет, 2009. – 238 с.

*Донецкий национальный университет*

*Лютикова Анастасия Александровна, ст. преподаватель кафедры журналистики*

*Донецк*

*E-mail: a.lyutikova@donnu.ru*

## КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН «ПОКОЛЕНИЯ М»: ОСНОВНЫЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ

*Хворова В. А.*  
*аспирант*

*Тамбовский государственный университет*  
*Тамбов, Россия*

*E-mail: valeriya\_hvorova@mail.ru*

В статье анализируются актуальные проблемы социального поведения современной молодёжной аудитории, рассматриваются основные противоречия в формировании информационной и общей культуры нового поколения. Также в статье приведена классификация молодой аудитории, составленная на основе сетевого поведения молодёжи нового тысячелетия, выявлены типичные черты каждой группы. Дана их характеристика. Публикация содержит результаты исследования, посвященного особенностям медиапотребления молодёжной аудитории.

**Ключевые слова:** миллениалы, типы миллениалов, теория поколений, сетевое поведение, поколение Y, поколение Z.

### THE CULTURAL PHENOMENON OF "GENERATION M": THE MAIN CONTRADICTIONS

*Hvorova V. A.*

The article analyzes the actual problems of social behavior of modern youth audience, considers the main contradictions in the formation of information and General culture of the new generation. Also in the article the classification of young audience is given, made on the basis of network behavior of youth of new Millennium, typical features of each group are revealed. Their characteristic is given. The publication contains the results of a study on the characteristics of the media consumption of the youth audience.

**Keywords:** Millennials, millennial types, generation theory, network behavior, generation Y, generation Z.

Начало XXI века уже закрепилось в общественном сознании как время глобальных изменений во всех сферах жизни. Самые революционные перемены произошли в медиaprостранстве, что во многом связано с непрерывным развитием информационных технологий. Параллельно с этим в обществе завершился ещё один важнейший процесс – выросло поколение потребителей СМИ, которые рождены в эпоху цифрового и информационного «бума». Представители этого поколения по-новому воспринимают мир и являются носителями новой медиакультуры [5, с. 34].

Современную теорию поколений разработали американские социологи Уилльям Штраус и Нил Хоув, которые попытались описать историю США (а позже и всего западного мира) как историю поколений, которые сменяют друг друга. Понятие «миллениалы» объединяет сразу две молодёжные возрастные группы: поколение Y – люди, рождённые в 1983 – 2000 годах; поколение Z – с 2001 года до настоящего времени [2].

К поколению Y ещё недавно было принято относиться с легким презрением: они эгоистичны, несерьезны, не отрываются от смартфонов и

не умеют концентрироваться в силу клиповости мышления. Часть правды в этом есть: «игреки» выросли с интернетом, они придумали селфи и Snapchat. Они дольше живут с родителями и вообще, будто бы сторонятся взросления, за что социолог Кэтлин Шапутис нарекла их «поколением Питера Пэна».

Про «поколение Z» много известно, но при этом почти ничего не ясно. Они не просто выросли с интернетом, а родились с аккаунтом в Instagram. У них даже есть нобелевский лауреат: Малала Юсуфзай родилась в 1997 году, но её всё же относят к первому поколению XXI века.

Можно утверждать, что эти поколения слабо связаны друг с другом, в том числе культурно, а глобальная тенденция к фрагментации, дезинтеграции и инкапсуляции продолжает распространяться [4]. Мы наблюдаем распад многих известных социальных явлений, отношений и закономерностей.

Поколение «нулевых» - это поколение противоречий. Дело в том, что молодёжь нового тысячелетия находится в самом начале пути формирования нравственных приоритетов, которые меняются по мере взросления. Так, за миллениалами достаточно быстро закрепился статус самого образованного поколения. Вероятно, это связано с тем, что они рождены в эпоху «цифры» и новых образовательных платформ. Однако желание получить качественное образование для будущей профессиональной карьеры соседствует с нежеланием миллениалов прикладывать усилия к учебной деятельности. Американский исследователь молодёжной аудитории Джин Твендж подтверждает это противоречие: одна из студенток потребовала поставить ей «отлично» просто за то, что девушка посещала занятия [5, с. 66].

Позиция «требовать» является для нового поколения привычной и естественной. С детства миллениалам твердили об их уникальности, исключительности и значимости. Это первое поколение, воспитанное без «отголосков» советской идеологии, поэтому они быстро усвоили главное кредо современной нравственности – человек уникален и интересен, независимо от его способностей и достижений. Неудивительно, что молодёжь обладает исключительно высокой самооценкой и такими же амбициями.

Высокие профессиональные ожидания изменили отношение миллениалов к институту брака и семьи. Всё больше молодых людей видит в семейной жизни препятствие к быстрому взлёту по карьерной лестнице. Даже риск одиночества не мешает молодёжи делать выбор в пользу профессии [2].

На этом парадоксы в социологическом портрете нового поколения не заканчиваются. Эгоизм и любовь к ближнему, ускоренный темп взросления и инфантилизм, высокий уровень интеллекта и бытовая беспомощность в равной степени применимы для характеристики поколения «нулевых». Разрозненность «собираемого портрета» этого поколения объясняется тем, что миллениалов очень много, и они разные.

В 2012 году The Boston Consulting Group провела исследование под названием «The Millennial Consumer». В нём приняли участие четыре тысячи человек в возрасте от 16 до 34 лет. Результатом исследования стало выделение 6 типов «Игреков». Отличительные особенности социального поведения легли в основу условных названий этих типов:

- «осведомлённые»;
- «продвинутые»;
- «зелёные и пушистые»;
- «консерваторы»;
- «мамы-миллениалы»;
- «антимиллениалы» [3].

«Осведомлённые» очень активны в виртуальном пространстве. Однако они больше говорят, чем делают. В этом типе миллениалов преобладают девушки, склонные к комментированию чужих новостей и сообщений, но едва ли способные на собственные вдумчивые тексты.

«Продвинутые» стремятся быть независимыми, ценят собственную «статусность» очень гордятся своими успехами, выставляя их на всеобщее обозрение.

«Зелёные и пушистые» живут под лозунгом «Я забочусь не только о себе, но и о мире, который меня окружает». Через социальные сети выражают свою воинственность к тем, кто этот лозунг не поддерживает, а также ищут единомышленников в борьбе за спасение природы.

«Консерваторы» являются сторонниками живого общения, не понимая всеобщего увлечения современными устройствами и социальными сетями. Они предпочитают Интернету газеты, радио и телевидение.

«Мамы-миллениалы» - это родители нового тысячелетия. Наряду с воспитанием ребёнка они находят время для путешествий, спорта, хобби. Самой популярной формой медиасуществования для этого типа миллениалов являются различные блоги и социальные сети знаменитостей.

«Антимиллениалы» - это люди, не желающие «идти в ногу» со временем. Они слишком ценят собственное время и считают недопустимым тратить его на ленты новостей, «лайки» и фотографии для Instagram.

Данная классификация во многом условна, так как миллениалы по мере взросления меняют свои сетевые нормы поведения. Однако именно эта система типов на данный момент является едва ли не единственной попыткой систематизировать характеристики самой широкой аудитории.

Информационная культура и сетевое поведение такой «разношёрстной» аудитории столь же противоречивы, как и поколение в целом.

Миллениалы ежечасно потребляют огромное количество информации. Благодаря современным мобильным устройствам любая новость всегда «под рукой». Такая вездесущность информации, с одной стороны, делает её необходимой, а с другой – приводит к её обесцениванию. Если старшее поколение специально выделяет время для просмотра телевизионной передачи или для чтения газеты, то современная молодёжь привыкла к

мобильному интернету и узнаёт новости от друзей или из постов в социальных сетях по пути на учёбу или работу, не выбиваясь из привычного ритма жизни, иногда просто не замечая чего-то важного в большом информационном потоке.

Вместе с тем изменился не только процесс потребления информации. Но и отношение к ней. Сами по себе новости уже не являются главным поводом обращения к СМИ. Как показывают результаты опроса, проведённого в 2016 году, молодёжь интересуется конкретный информационный повод. Они листают новостную ленту, чтобы найти, а не узнать. Этим и объясняется тот факт, что участники опроса не смогли назвать конкретных названий медиа, централизованно поставляющих новости [1]. Сегодня новость не просто узнаётся, а обязательно проверяется в различных СМИ, которые миллениал считает надёжными. Бренд или массовая популярность медиа не имеет в данном случае никакого значения. Молодое поколение воспринимает СМИ как способ самовыражения и проявления своей индивидуальности. Так, почти 90% молодых людей в качестве главных информационных источников называют новостные ленты в различных социальных сетях [1]. Подобная популярность социальных сетей связана с возможностью потребителя формировать индивидуальное информационное пространство.

Практически с рождения приученные активно потреблять информацию, миллениалы оказывают сознательное сопротивление влиянию СМИ. Такое сопротивление чаще всего выражается в отказе молодёжи от «массовых» новостей и поиске уникального информационного повода. Молодёжь стала свободной и уверенной в себе. Сегодня блогеры опережают по популярности профессиональные периодические издания, а пользователи You Tube выступают против киноиндустрии.

Будучи ярко выраженными индивидуалистами, миллениалы благосклонны к тем журналистам, которые умеют найти и рассказать уникальную историю понятным языком, находясь не *над* аудиторией, а *вместе* с ней, эмоционально сопереживая и чётко выражая авторскую позицию.

Новое тысячелетие подарило человечеству самое контрастное поколение. Новая молодёжная аудитория откладывает собственное взросление, не стремясь к семейной и самостоятельной жизни; умеет игнорировать общественные нормы в пользу личной свободы и желаний, считаясь самым эгоистичным поколением. Однако именно миллениалы в большей степени, нежели их предшественники, озабочены здоровым образом жизни. Именно они ускоряют позитивные тенденции и вносят максимальный вклад в распространение занятий физкультурой, сокращение потребления алкоголя и табачных изделий. Либерализм поколения «нулевых» повышает толерантность общества.

Миллениалы рождены в период эпохальных перемен: перестройка, либерализация, переход к рыночной экономике, глобализация, бурное развитие цифровых технологий, стремительное распространение Интернета.

Отсюда готовность нового поколения к переменам. На данном этапе рано говорить о сформировавшейся культуре нового поколения, но миллениалы, безусловно, станут движущей силой очередной культурной революции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вьюгина Д. М. Особенности медиапотребления цифрового поколения России / Д. М. Вьюгина // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2386> Дата обращения: 22.02.2019.
2. Долгова Ю. С. Отражение специфики поколения миллениума в СМИ / Ю. С. Долгова. - URL: <https://novainfo.ru/article/655>. Дата обращения: 15.02.2019
3. Каримова А., Кокарев С. Поколение Y: типы миллениалов и их отношения с брендами в соцсетях / А. Каримова, С. Кокарев. - URL:<https://vc.ru/flood/11173-y-millennials/> Дата обращения: 23.02.2019.
4. Портал о рекламе [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.sostav.ru/publication/trendy-povedeniya-potrebitelej-34660.html>. Дата обращения: 23.02.2019
5. Твендж М. Джин. Поколение селфи: кто такие миллениалы и как найти с ними общий язык/ Джин М. Твендж; [пер. с англ. Е. Деревянко]. -- Москва: Эксмо. 2018. - 336 с.

*Тамбовский государственный университет  
Хворова Валерия Анатольевна, аспирант кафедры журналистики  
Тамбов, Россия  
E-mail: [valeriya\\_hvorova@mail.ru](mailto:valeriya_hvorova@mail.ru)*

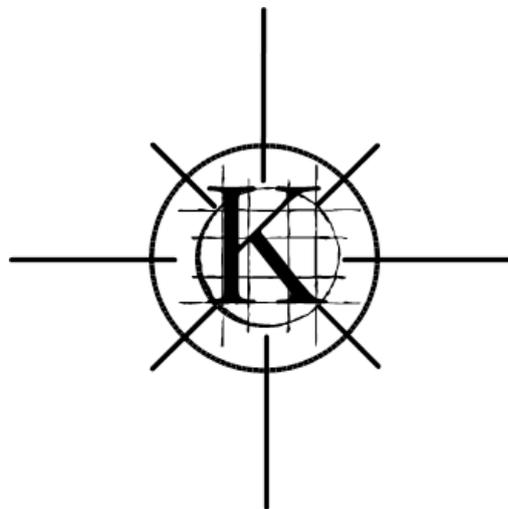
ISSN 2520-6699

**ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ**

**КУЛЬТУРА В ФОКУСЕ НАУЧНЫХ ПАРАДИГМ**

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

**КУЛЬТУРОЛОГИЯ. ФИЛОЛОГИЯ. ЖУРНАЛИСТИКА**



Научное издание

ISSN 2520-6699

ББК 71я5

УДК 008:80/81:070:001.5

**Культура в фокусе научных парадигм** [Текст]: /научн. ред.  
Кравченко О. А., Каика Н. Е. - Донецк: ДонНУ, 2019. - Вып. 9. – 200 с.

*В оформлении обложки использована работа (2007г.) Елены Клименко*

Редакционная коллегия: Донецк, ул. Университетская, 24

Свидетельство о регистрации СМИ № 000157 от 28 августа 2017 г.

